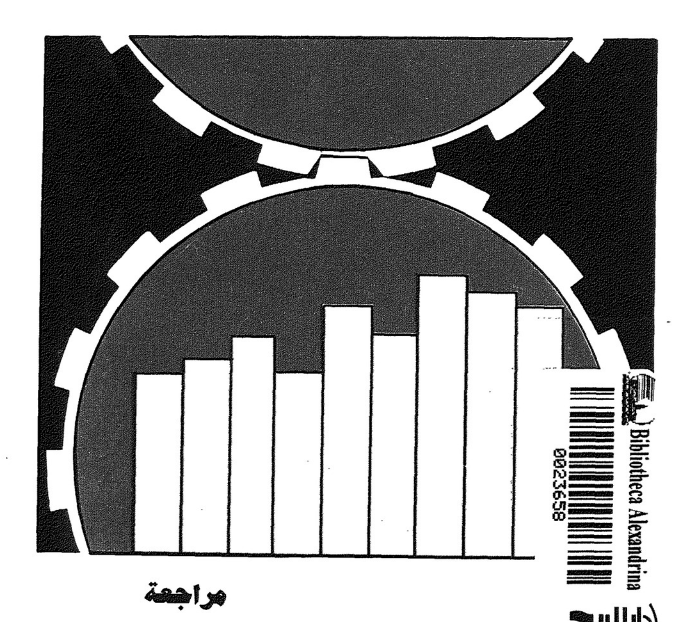
إقتصاديات الصناعة

تأليف
روجر كلارك

تعريب
الدكتور/فريد بشير طاهر



مراجعة
الدكتور/كامل سلمان العاني

دار المريخ للنشر

اقتصاديات الصناعة

إقتصاديات الصناعة

تأليف

روجر كلارك

تعريب

د. فريد بشير طاهر
كلية العلوم الادارية والتخطيط
جامعة الملك فيصل - الاحساء

مراجعة

د. كامل سلمان العاني
كلية الاقتصاد والإدارة (سابقاً)
جامعة الملك سعود - فرع القصيم

تقديم

د. سلطان بن محمد بن علي السلطان
عميد كلية الاقتصاد والإدارة (سابقاً)
جامعة الملك سعود - فرع القصيم



ص. ب: ١٠٧٢٠ - الرياض : ١١٤٤٣ - تلكس ٤٠٣١٢٩
المملكة العربية السعودية - تلفون ٤٦٥٨٥٢٣ - ٤٦٤٧٥٣١

حقوق النشر : Industrial Economics by: Roger Clarke

الطبعة العربية :


بسم الله الرحمن الرحيم

تقديم

الحمد لله، والصلاة والسلام على نبينا محمد وعلى آله وصحبه. . .
وبعد.

فبصدور هذا الكتاب نكون قد قطعنا شوطاً بعيداً في إنجاز الخطة الطموح التي ألزمنا بها أنفسنا في السنوات القليلة الماضية. ولا شك في أن هذا الكتاب «إقتصاديات الصناعة» يمثل اضافة لها قيمتها إلى المكتبة العربية فمؤلفه الأستاذ «روجر كلارك» واحد من الأعلام البارزين في مجال اقتصاديات الصناعة، فضلاً عن ذلك فالكتاب يزخر بإمكانات نظرية وتجريبية تمثل مطلباً لا غنى عنه للأجيال الجديدة من طلابنا. من أجل هذا وقع اختيارنا على هذا الكتاب ليكون واحداً من المراجع الأساسية في مادة اقتصاديات الصناعة والطاقة لطلاب الكلية.

وإذا كان القارىء سيرى أن ترجمة هذا الكتاب قد جاءت على المستوى المنشود من الدقة والأمانة والإلتزام فلا بد أنه سيتوجه معي بالشكر إلى الدكتور فريد بشير طاهر الذي اضطلع بالترجمة وإلى الدكتور كامل سلمان العاني الذي قام بالمراجعة.

شكراً للأستاذين على ما بذلاه من جهد بناء ونرجو من الله أن ينتفع بعملهما وعلمهما.

ونسأل الله أن يكون عملنا خالصاً لوجهه الكريم.

دكتور سلطان بن محمد بن علي السلطان
عميد كلية الاقتصاد والإدارة (سابقاً)
جامعة الملك سعود - فرع القصيم

تقديم المترجم

يشرفني أن أقدم لهذا الكتاب المهم في إقتصاديات الصناعة الذي وضعه مؤلف بريطاني غني عن التعريف هو الدكتور روجر كلارك ذو الصيت الذائع في هذا الفرع من فروع علم الاقتصاد. والكتاب نفسه غني عن التعريف أيضاً فهو مرجع رئيسي لطلاب الاقتصاد في جامعة بريطانية مرموقة هي جامعة شيفيلد، لما يتميز به من جمع رائع بين التطورات النظرية والتجريبية الحديثة ومن عرض غير مسبق لأدوات التحليل الاقتصادي: الرياضية منها والبيانية. وقد جمع الكتاب في فصوله الإثنى عشر القضايا الأساسية التي لا بد منها لدارسي «اقتصاديات الصناعة» خاصة قضايا تركيز السوق ونظرية احتكار القلة والتقدم التقني والإعلان والتكامل الرأسي والتنويع المتجمع وهي موضوعات عالجتها الفصول الأولى من الكتاب على المستويين: النظري والتجريبي. وفي الفصول التالية يتسع النقاش لقضايا أخرى أكثر أهمية عن التكاليف الاجتماعية وتصميم السياسة العامة في اقتصاديات الصناعة ويتخذ المؤلف من السياسة البريطانية الفعلية لحماية المنافسة متكأ لدليله التجريبي.

وغني عن البيان أننا حرصنا كل الحرص في هذه الترجمة على أن نحتفظ بحرفية الإطار العام لهذا الكتاب وعرضه بنفس الترتيب الذي جاء به في لغته الأصلية لما وجدنا في ذلك من فائدة علمية ترجى، كما حاولنا تعريف بعض المصطلحات بتقريبها ما أمكن إلى مقابلها العربي دون إخلال بالمحتوى العلمي للكتاب.

وإذا كنا في مقام لا يسمح لنا أن ننوه فيه بالترجمة، فإننا على الأقل في وضع يحق لنا فيه أن ننوه باختيار الكلية لهذا الكتاب كمرجع رئيسي في مادة إقتصاديات الصناعة والطاقة. وهو اختيار ندين فيه بالفضل لاهتمامات الدكتور سلطان المحمد السلطان عميد كلية الاقتصاد والإدارة سابقاً الذي تعهد مشروع ترجمة الكتب العلمية خلال فترة عمادة سعادته للكلية، وكان سخياً في عطائه فوفر للعاملين فيه من أساتذة الكلية كل إمكانيات الإبداع والتشجيع. ولعلها فرصة لأن نتوجه إليه بالتحية وهو وآخرين من الذين شاركوا في هذا البرنامج وأخص منهم الدكتور كامل سلمان العاني والدكتور عبد الجواد محمد محمد أستاذ اللغة العربية المساعد على ما بذلاه من جهد في مراجعة هذا الكتاب وتنقيحه ليخرج بالمستوى الذي يرضي طموحات هذه الكلية.

كما أنني أتوجه بشكر واجب إلى زملاء آخرين لم يدخروا نصحاً من أجل استعمال هذه الترجمة. وأخيراً فإنني أشكر الأستاذ محسن خليل عبده سكرتير قسم الاقتصاد على ما بذله من جهد في نسخ الأصول الأولى من الترجمة وتصميمها.

أرجو من الله أن يجعل ما في هذا الكتاب علماً ينتفع به.

وعلى الله قصد السبيل...

دكتور فريد بشير طاهر

المحتويات

الفصل الأول

مقدمة

Introduction

يهتم هذا الكتاب بتحليل الصناعات والأسواق، وبسلوك المنشآت العاملة في تلك الأسواق. وبأسلوب أكثر تحديداً فهو يتعامل مع الاعتماد المتبادل بين المنشآت (أساساً الخاصة) في هذه الأسواق والعلاقات الموجودة بين ظروف السوق، وسلوك المنشأة والأداء الاقتصادي.

وعلى غير المعهود في تحليل الاقتصاد الجزئي، فإن اقتصاديات الصناعة تنطلق من وجهة النظر القائلة بأنه على الأقل في الأسواق الصناعية[1] المنافسة في الأسواق ليست تامة، ففي بعض الأسواق قد يعمل المحتكر الوحيد في حماية عوائق عالية للدخول، وبالتالي يمكن تطبيق التحليل الاعتيادى للإحتكار. ولكن، في معظم الأسواق الصناعية تكون عوائق الدخول غير كافية لاستبعاد المنافسين الجدد لمنع كل المنافسة الجديدة و/أو الحد من عدد المنشآت العاملة بالسوق. وفي هذه الحالات سوف تكون هناك درجة معينة من المنافسة (الفعلية أو الممكنة). وبالتالي يغلب على هذه الأسواق طابع المنافسة غير التامة. ويسعى علم اقتصاديات الصناعة إلى تحليل النتائج المترتبة على الحالات التي تجمع بين المنافسة والاحتكار. وعلاوة على ذلك، وعلى غير التركيز المعهود على التسعير في الصناعة، يقر اقتصاديات الصناعة بالطبيعة الشاملة للمنافسة في الأسواق

الواقعية والتي يلعب فيها تطوير المنتج وعملية الإنتاج وتصميم المنتج، والإعلان واستراتيجيات الاستثمار وما إلى ذلك دوراً هاماً. وفي بعض الأسواق قد يكون التنافس في هذه المجالات الشاملة أكثر أهمية عن المنافسة السعرية. ولذا ندرس في هذا الكتاب الأبعاد المختلفة للمنافسة.

وبالرغم من أن أصول اقتصاديات الصناعة ترجع إلى بداية القرن الحالي (وما قبل ذلك)، فلم يتطور كفرع مستقل من فروع علم الاقتصاد إلا حديثاً، وبالأكثر منذ الخمسينيات. ومنذ ذلك العهد، كان تزايد الاهتمام بالموضوع مصحوباً بتطورات هامة في هذا الحقل. وبعض من هذه التطورات، كما سنشاهد، تمت في التحليل النظري، حيث زاد عدد الاقتصاديين المهتمين بمشاكل اقتصاديات الصناعة. وبالإضافة إلى ذلك، كانت هناك تطورات في السياسة والتحليل التجريبي أيضاً، مع استخداماً موسعاً لأساليب الإحصاء والاقتصاد القياسي التي أصبحت ذات أهمية عملية في الإطار الأخير. ولا عجب فنسبة إلى حداثة أصول هذا الفرع فما زال هناك الكثير ليكتشف في هذا المجال وأن بعض القضايا لا تزال محل حوار ساخن (انظر المبحث 1.2). ومع ذلك، فقد تم تجميع هيكل من المعلومات، وهي محل اهتمامنا في هذا الكتاب.

ويضع باقي هذا الفصل الإطار للتحليل الذي سيأتي في الفصول المقبلة. ويقدم المبحث (1.1) إطار التحليل المعمول به في الاقتصاد الصناعي (ما يعرف بالهيكل ـ السلوك الإداري ـ والأداء) ويتناول واحداً أو اثنين من التحفظات التي يجب أخذها في الاعتبار عند استخدامها. ويتناول المبحث (1.2) وباختصار بعض المدارس الفكرية في هذا الحقل. وأخيراً، يقدم المبحث (1.3) خطة عرض فصول الكتاب.

1.1 إطار التحليل: Framework of Analysis:

يركز المنهج الأساسي لاقتصاديات الصناعة على العلاقات بين هيكل

السوق (market structure) والسلوك الإداري لمنشأة الأعمال (Business Conduct) وأثرها على تحديد أداء السوق (market performance) ويوحي هذا المنهج في أبسط أشكاله بأن هناك علاقة سببية قائمة وتبدأ من هيكل السوق إلى السلوك الإداري ومن ثم إلى الأداء. وقد جاء تأكيد هذه العلاقة ذات الاتجاه الواحد بواسطة الكتاب الأوائل في اقتصاديات الصناعة، وخاصة الاقتصادي الأمريكي ماسون (E.s. Mason) (في الثلاثينيات والأربعينيات) ومؤخراً بواسطة تلميذه بين (J. S. Bain) (في الخمسينيات والستينيات)[2]. ولكن جاءت الدراسات الحديثة لتؤكد تعقد هذه العلاقات بين هيكل السوق والسلوك الإداري والأداء. فمثلاً، تبرز الدراسات الراهنة إمكانية تأثير كل من السلوك الإداري والأداء على هيكل السوق أو بصورة أعم فقد يكون هيكل السوق والسلوك الإداري والأداء تتحدد جميعها وبصورة مشتركة تحت ظروف معينة للسوق ـ وستناقش هذه الأمور مرة ثانية عقب وضع الإطار الأساسي للنموذج.

ويقدم الجدول (1.1) بعض العناصر الأساسية لتحليل الهيكل ـ السلوك الإداري ـ الأداء. ويقاس الأداء في بعض الصناعات أو الأسواق بالأربحية، وكفاءة ونمو السوق، ويفترض في الأداء أن يعتمد على السلوك الإداري للمنشآت العاملة في السوق، حيث تؤثر الإدارة في عوامل كالتسعير والإعلان، والبحث والتطوير وما إلى ذلك. في كل من هذه المجالات ندرس أهداف المنشآت، درجة التواطؤ أو المنافسة بين المنشآت وغيرها من المسائل الأخرى المتعلقة بممارسة أعمال المنشأة. ومن جهة أخرى، تعتمد الإدارة السوقية على هيكل السوق، بما في ذلك من سمات مثل درجة تركيز الإنتاج في أيدي قلة من المنشآت (تركيز السوق)، ودرجة تمييز المنتج وعوائق دخول المنافسين الجدد. وللجدول (1.1) عدة سمات جديرة بالملاحظات.

أولاً ـ على غير ما درج عليه البعض في تحليل الهيكل ـ السلوك الإداري ـ الأداء، فإن هذا الكتاب يأخذ في الاعتبار كلاً من مدى التكامل

الـراسي والتجمع المتنـوع (Conglomerate diversification) كعناصـر مؤثرة في هيكل السوق. ويمكن تبـرير ذلـك على أساس أن الاهتمـام هنا ينصب على كيفية تأثير هذه العـوامل في السلوك الإداري والأداء، ويمكننـا هذا المنهـج، وبصفـة خاصـة، من تركيـز انتباهنـا على القضايـا المتصلة بالسيـاسة العـامـة المتعلقة بالتكامل الـرأسي والتنويـع، وتناقش هـذه الأمور بشيء من التفصيـل في الفصول التالية.

ثـانياً ـ يبين الجـدول (1.1) أيضاً أن الـظروف الاقتصاديـة الأساسيـة للتكاليف والطلب والتقنية تعد الدعامة الرئيسيـة لنموذج الهيكـل ـ السلوك الإداري ـ والأداء. وتؤكد النظرية الاقتصادية المعهودة بالطبع على أهمية هذه العوامل لأي سوق أو صناعة، وهي نقطة جديرة بالاعتبار دائماً.

جدول رقم 1.1: إطار نموذج الهيكل ـ السلوك الإداري ـ الأداء

الظروف الأساسية:
التكاليف
الطلب
التقنية

⬇

هيكل السوق:
تركيز السوق
تمييز المنتج
عوائق الدخول
التكامل الرأسي
التجمع المتنوع

⬇

السلوك الإداري:
الأهداف
الاستراتيجية
الممارسات التنافسية

⬇

الأداء:
الكفاءة
الأربحية
التقدم التقني
النمـو

وتجيء بعض العلاقات الأساسية في اقتصاديات الصناعة بشكل ضمني في الجدول. فمثلاً في حالة التسعير، توحي الحجة المعهودة بأن الربحية العالية في الأسواق ترتبط بالسلوك التواطىء الذي يمليه التركيز العالي للسوق. ومرة ثانية، إذا ما نظرنا إلى البحث والتطوير، نجد أن النشاط الزائد في هذا المجال قد يجيء كنتيجة للحماية المتوفرة (إلى حد ما على الأقل) للمنشأة ضد المنافسة الفعلية أو المتوقعة. ولذا فمرة ثانية قد يؤثر هيكل السوق في السلوك الإداري والأداء. وأخيراً، فبالإمكان ربط التنافس الإعلاني أيضاً بهيكل السوق إذا أدى مثلاً التركيز المعتدل إلى زيادة الإنفاق على الإعلان المتبادل (mutally offesetting). وكل هذه الفرضيات تقع ضمن نموذج الهيكل ـ السلوك الإداري ـ الأداء وتمثل بعض الفرضيات الرئيسية التي يتناولها هذا الكتاب.

ولكن من المهم أن ندرك بأن العلاقات السببية البسيطة ذات الاتجاه الواحد والتي تجري من الهيكل إلى السلوك الإداري وإلى الأداء لا تعني لأي سبب أن تكون العلاقات الوحيدة التي يمكن أن توجد بين هذه المتغيرات. فمن السهل أن نفكر في أمثلة لعلاقات تجري فيها السببية في اتجاه معاكس أو في الإتجاهين. فمثلاً، هناك ردود فعل للتطورات التقنية الناتجة عن نشاط البحث والتطوير على ظروف الطلب والتكاليف وقد تؤثر على هيكل السوق في المدى الطويل. وفي مدى أقصر، تؤثر حملات الإعلان الناجحة على الأنصبة السوقية وبالتالي على التركيز، وعلى ذلك، فلا يؤثر التركيز على كثافة الإعلان فقط، بل أن التأثير العكسي قد يحدث أيضاً. ومع الاختلاف الطفيف، نجد أن فروق الكفاءة بين المنشآت قد تؤدي إلى أربحية أعلى وتركيز أعلى في الصناعة حيث أن المنشآت الرائدة تحقق ربحاً أعلى ويكون لها نصيب سوقي أكبر. وتوحي هذه الإمكانية بوجود سلسلة من التأثيرات من الظروف الأساسية للتكاليف إلى هيكل السوق ثم إلى الأداء بدلاً عن سريات هذه التأثيرات من الهيكل إلى السلوك ثم إلى الأداء.

فهذه الإمكانيات وغيرها تشير الى ضرورة الحرص عند معاملة علاقات

الهيكل ـ السلوك الإداري ـ الأداء كسببية بسيطة ذات اتجاه واحد. ومن الناحية النظرية، تتضح أهمية التحقق من كل التشعبات لأي جزء من التحليل حتى يمكن تحديد طبيعة التأثيرات بصورة قاطعة. ويكون الاهتمام أكبر بالطبع من الناحية التجريبية، فيجب التنبه إلى احتمال وجود ارتباط بين المتغيرات. وقد أهملت هذه النقطة في الدراسات التطبيقية في السابق مما أدى إلى خروج قدر كبير من الأدلة التجريبية المشكوك في صحتها. وهناك بعض المحاولات المبذولة في السنوات الأخيرة لحل هذه المشاكل باستخدام أساليب الاقتصاد القياسي الأكثر تقدماً. وبالرغم من كون هذه الدراسات ما تزال في المهد إلا أنها تعتبر خطوة في الاتجاه الصحيح، وسوف نقدم بعضاً من نتائجها كلما كان ذلك مناسباً فيما يلي.

1.2 المدارس الفكرية: Schools of Thought:

بينما يقدم تحليل الهيكل ـ السلوك الإداري ـ الأداء الإطار الأساسي لعلم اقتصاديات الصناعة، فلا تزال هناك عدد من المدارس الفكرية في هذا الفرع. وينطبق ذلك وإلى حد ما على كل من بريطانيا والولايات المتحدة. ومع ذلك، فقد درج علم اقتصاديات الصناعة، وبشكل مضطرد على تبني شكل معياري للتحليل، وقد اخترنا التركيز على هذا الأسلوب الموحد في هذا الكتاب. إلا أن الكثير من الحوار وعدم الاتفاق الذي يثار يرجع الى وجود مدارس فكرية منفصلة، وعليه يجدر التمييز بينها. وللتبسيط، نشير فيما يلي إلى ثلاثة مدارس منها فقط: فهناك تمييز مهم في الولايات المتحدة بين مدرستي هارفارد وشيكاجو، وباختصار أكثر نناقش ما يسمى بالمدرسة الاقتصادية النمساوية الجديدة.

ونبدأ بمدرسة هارفارد، والتي تتقارب حالياً وإلى حد ما مع منهج التيار الرئيسي المتبع في هذا الكتاب. ويعود تاريخ هذه المدرسة إلى النموذج التقليدي للهيكل ـ السلوك الإداري ـ الأداء الذي تطوره ماسون في جامعة هارفارد أثناء سنوات الحرب[3]. وقد تطور هذا المنهج أساساً من دراسات

تمت بجامعة هارفارد في الثلاثينيات وما قبل ذلك عن بعض منشآت وصناعات، ومتصلة بدراسة شامبرلين عن المنافسة الاحتكارية المنشورة في عام (1933). وكما يرى ماسون فإن التنظيم الصناعي، الذي يعتمد وإلى درجة بعيدة على الدراسات التجريبية والمؤسساتية يجب وفي نفس الوقت أن يعمل بإطار تحليلي أكثر شمولاً كما أوضحنا في المبحث السابق. وقد ركز ماسون وبصفة خاصة على أهمية هيكل السوق والظروف الموضوعية الأخرى للسوق كأساس لتعريف الأنماط الشائعة للسلوك بالأسواق. لذا، فقد جاء التركيز الأكبر على دراسة هيكل السوق كأساس موحد للتحليل في اقتصاديات الصناعة.

وقد استمر الكتاب المتعاقبون في جامعة هارفارد وعلى رأسهم بين (Bain) على التركيز على أهمية هيكل السوق. وقد قام بين بدراسات هامة خاصة فيما يتعلق بعوائق دخول الصناعة، والتي تشكل إلى جانب كل من تركيز السوق وتمييز المنتج العناصر الأساسية لهيكل السوق. وعندما أصبحت دراسات جامعة هارڤارد جزءاً من التيار الرئيسي لاقتصاديات الصناعة، وبتطور أساليب التحليل الاقتصادي والاقتصاد القياسي وتطبيقها في هذا الحقل، فإن جامعة هارفارد قد ابتعدت أكثر عن أسلوب دراسة الحالة المؤسساتية. ومع ذلك يبقى منهجهم متميزاً بتأكيده على الدراسة التجريبية وتركيزها كذلك على هيكل السوق. وعلاوة على ذلك، الاعتقاد السائد بهذه المدرسة والذي يؤكد أهمية القوة الاحتكارية المتصلة بهياكل معينة للأسواق كموضوع عام في تحليل اقتصاد الصناعة.

وتختلف مدرسة شيكاجو عن مدرسة هارفاود في العديد من الأوجه[4]:

أولاً ـ من الناحية المتعلقة بالأساليب العلمية المتبعة، يعتمد كتاب مدرسة شيكاجو أكثر في تحليلهم على النظرية الاقتصادية المعهودة (عادة في ظل المنافسة) ويختلفون في ذلك مع كتاب مدرسة هارفارد التي تستخدم تحليلاً نظرياً يكون في بعض الحالات غير مقيداً بالنظرية الاقتصادية المتعارف عليها.

ثانياً ـ لقد كان كتاب شيكاجو عادة متشككين في الفرضيات والحجج التي تستخدم بواسطة التيار الرئيسي للإقتصاديين الصناعيين، وخاصة فيما يتصل بأمور السياسة. فقد حاول كتاب شيكاجو استخدام نظرية السعر التقليدية لتحليل ونقد الفرضيات المختلفة التي سبق وضعها، مشيرين إلى الحالات التي لا تتفق فيها هذه الفرضيات مع الفروض النيوكلاسيكية لتعظيم الربح.

وثالثاً ـ كان كتاب شيكاجو دائمي التشكك في الحجج التي سبق تقديمها عن سياسة التدخل في الصناعة الخاصة، فيحاجون عادة بأن عناصر السلوك الإداري وهيكل السوق التي اعتبرها الاقتصاديين هامة، لا تقدم في الحقيقة مبرراً حقيقياً لتدخل الحكومة.

وسنتوقف عند هذا الحد عن الحديث بالتفصيل عن آراء شيكاجو. ويكفي أن نقول بأن وجهة نظر مدرسة شيكاجو المتميزة يمكن الوقوف عليها في عدد من الموضوعات التي تناقش في هذا الكتاب. وفي بعض المجالات، مثل الحوار حول الأربحية والتركيز في الفصل الخامس أو نقاش التكامل الرأسي في الفصل الثامن، تم دمج وجهة نظر مدرسة شيكاجو في التيار الرئيسي لاقتصاديات الصناعة، في شكل معدل أو مكيف في بعض الأوقات. ولكن، الآراء الأخرى لشيكاجو ووجهة النظر المعارضة لسياسة الحكومة الخاصة بعدم الأمانة (anti trust policy) (حتى في تلك السياسات الخاصة بالاحتكار الأفقي)، قبولاً أقل. وتأتي هذه النظرة عن موقف شديد التحفظ تجاه التدخل الحكومي، وتعد غير واضحة تماماً من الناحية النظرية. ومع ذلك، فقد لعبت انتقادات شيكاجو دوراً نافعاً في زيادة وضوح أفكار اقتصاديات الصناعة، وسنعطيها بعض الاهتمام في الأجزاء المختلفة من هذا الكتاب.

وأخيراً، يمكننا التعرض بإيجاز «للمدرسة النمساوية الجديدة»[5] وتدعى هذه المدرسة تمشيها في نفس الخط الفكري مع الاقتصاديين النمساويين

القدماء: (فون ميس وفون هايك) في هذا القرن، بل ويعود تاريخها إلى (منجر) في منتصف القرن التاسع عشر. فهم يعتقدون أنه لا يمكن تحليل المنافسة باستخدام النماذج الاقتصادية الساكنة المعهودة. ويحاجون بأن الربح ليس مؤشراً لإمكانية وجود القوة الاحتكارية بل في الحقيقة هو سمة مكملة للعملية التنافسية، تقدم الإشارات الضرورية إلى المنظمين لترشيد تخصيص الموارد وهي بذلك، تلعب دوراً أساسياً في العملية الحركية للمنافسة، فترشد مالكي الموارد المستعدين دائماً إلى استمرارية إعادة تخصيص الموارد بما يكفل تلبية طلبات المستهلكين. ولأنهم يعتقدون بأن هذه العملية تتم بسلاسة، فإن الاقتصاديين النمساويين يعارضون بشدة التدخل الحكومي في الصناعة بجميع أشكاله إلا في حالات محدودة.

وينظر الاقتصاديون النمساويون نظرة يشوبها الشك إلى منهج «الهيكل والسلوك الإداري والأداء» لاقتصاديات الصناعة. وهم يتشككون بالفعل في كثير من التحليل الاقتصادي النيوكلاسيكي (الاعتيادي). ولكن، يعد التحليل البديل الذي يقدمونه، وإلى حد ما غير كافٍ بالنسبة للمواضيع والنظريات الجوهرية، وهي عادة ما تقدم ما يزيد قليلاً عن التأييد السياسي لاقتصاد السوق الحر. وحيث أننا نهتم بالتحليل الاقتصادي الأساسي أكثر من اهتمامنا بالنظرة السياسية للإقتصاديين، فسوف لا نتتبع الخط الفكري النمساوي في هذا الكتاب إلا عن بعد.

1.3 خطة الكتاب: Plan of the Book:

يقسم ما تبقى من الكتاب كالآتي. تخصص الفصول (2) إلى (5) للتحليل الأساسي لهيكل السوق، والسلوك الإداري والأداء في علاقاتها مع التسعير والأربحية. وتأتي الفصول (6) إلى (9) لتوسع النقاش، بتقديم متغيرات أخرى غير سعرية في تحليل الفصل (8) و (7) تعمق الأفكار أكثر في اتجاه عمليات الأسواق المتعددة في الفصل (8) و (9).

وأخيراً تتناول الفصول (10) إلى (12) قضايا رفاهية المجتمع والسياسة العامة في اقتصاديات الصناعة، من خلال دراسة كل من التكلفة الاجتماعية للمحتكر والسياسة الفعلية للمنافسة في بريطانيا. ويناقش الفصل الثاني فكرة تركيز السوق ويتناول الأدلة العملية على التركيز وينظر كذلك إلى المناهج النظرية البديلة لتركيز السوق. ويقدم هذا الفصل الأساس للتحليل في الفصول التالية له بل وفي باقي الكتاب في الواقع.

ثم يعرض الفصل الثالث نظرية التسعير في ظل احتكار القلة. فبعد نقاش النموذج التقليدي يتناول هذا الفصل تنسيق احتكار القلة علاقاته الممكنة بتركيز السوق. كما يناقش هذا الفصل بعض الأعمال الحديثة، خاصة فيما يتعلق بما يسمى بنماذج الأحداس المتسقة.

ويعد تركيز السوق واحداً من العوامل التي قد تؤثر في ممارسة المحتكر لقوته في السوق، والعامل الثاني هو المنافسة الممكنة من الداخلين الجدد. ويناقش الفصل الرابع العوائق الممكنة لمثل هذه المنافسة الجديدة وكيف يمكن أن تؤثر على السلوك التسعيري للمحتكر. والتطورات الحديثة توحي بأن المنشآت تختلق مثل هذه العوائق كاستراتيجية لمنع المنافسين الجدد، وسوف تناقش هي الأخرى أيضاً في الفصل (4).

ويجمع الفصل الخامس هذه الأجزاء من الكتاب وذلك بدراسة الدلائل التجريبية على الأربحية وهيكل السوق. فيناقش مختلف المشكلات العملية والنظرية في هذا المجال مع تركيز خاص على تأثيرات تركيز السوق على الأربحية.

ويتناول الفصل السادس نظريات الإعلان، والآثار الممكنة لتركيز السوق على مدى كثافة الإعلان كما ويناقش أيضاً المفاهيم العامة للإعلان وإمكانية تأثيراتها على المنافسة. ويركز الفصل السابع على التقدم التقني ويقدم تطور المنتج والعملية التصنيعية الجديدة من خلال العملية المستمرة للإختراع والتجديد والإنتشار، والتي تناقش جميعها في هذا

الفصل. كما يناقش هذا الفصل وبعناية خاصة المشاكل الخاصة التي تجابه عملية البحث والتطوير، وكذلك دور التدخل الحكومي والمنافسة. وقد خصص الفصلين الثامن والتاسع لدراسة التكامل الرأسي والتنويع المتجمع. وتناقش في كل حالة أسباب حدوث هذه التطورات وإمكانية تأثيرها على المنافسة. وأخيراً، تعني الفصول من العاشر إلى الثامن عشر وبطريقة أكثر وضوحاً بمشاكل الرفاهية الاقتصادية والسياسة العامة. فيتناول الفصل العاشر المحاولات التي بذلت في السابق لقياس التكلفة الكلية للمجتمع الناجمة عن الاحتكار. ويمكننا في هذا الفصل وبصفة خاصة، من الوقوف على صورة متكاملة لبعض الأفكار التي جاءت في الفصول السابقة.

ويناقش الفصل الحادي عشر والثاني عشر سياسة المنافسة كما تعمل في الوقت الراهن ببريطانيا. ويعني الفصل الحادي عشر بالممارسات المقيدة للتجارة ويتناول كل من السياسات القديمة الخاصة باتفاقات تقييد التجارة والقوانين الحديثة نسبياً الخاصة بممارسات المنشأة الواحدة. وأخيراً ينظر الفصل الثاني عشر في سياسات الاحتكار والإندماج ويناقش وبصفة خاصة التساؤل عما إذا كانت بريطانيا تحتاج لأن تتبنى موقفاً جديداً تجاه هذه السياسات.

ملاحظات:

(1) يعني علم اقتصاديات الصناعة، من ناحية تقليدية بالصناعات التحويلية وصناعات التعدين إلا أن بعضاً من أفكاره يمكن تطبيقها على قطاع الخدمات. وتعالج القطاعات الأخرى مثل الزراعة والأسواق المالية وما إلى ذلك عادة في مواد اقتصادية أخرى متخصصة ولذلك فسوف لا نعالجها في هذا الكتاب.

(2) ارجع إلى ماسون (1939, 1957) Mason، وبين (1950, 1968) Bain.

(3) الخلفية التاريخية لأعمال ماسون وآخرين تجدها في جريتر (1970) Grether.

(4) استعراضاً حديثاً لأعمال مدرسة شيكاجو تجده في بوسنر (1979) Posner.

(5) يمكن الاطلاع على نقاش أكثر استفاضة عن الاقتصاد «النمساوي الحديث» في دراسة لليتلشيلد (1978) Littlechild أو ريكي (1979) Reekie.

الفصل الثاني

تركيز السوق

MARKET CONCENTRATION

في هذا الفصل نتناول مفهوم تركيز السـوق، وهو محـور الدراسـات السابقة في مجال الاقتصاد الصناعي. ويشتمل هذا الفصل على ثلاثة مباحث رئيسيـة المبحث الأول (1 - 2) يستعرض طبيعـة وطرق قيـاس درجة تـركيـز السـوق، وعلى وجه الخصـوص يطرح السؤال عن أجـود مقياس للتـركيـز. والمبحث الثاني (2 - 2) يقدم تحليلاً لبعض الدلائل الوصفية عن تركيز السوق ببريطانيا. وأخيراً يتنـاول المبحث الثالث (3 - 2) بـالتحليل نـظريات تـركيز السوق وعلى وجه الخصوص تلك الحجج المتعارضة عن أهمية الدور الذي تلعبه كل من التقنية وعوامل الصدفة في صياغة المفهوم الصحيح لمحددات تركيز السوق.

(1 - 2) طبيعة وقياس تركيز السوق:

Nature and Measurement of Market Concentration:

المقصود بتركيـز السوق هـو إلى أي مدى يتـركز الإنتـاج في إحدى الصناعات أو الأسواق في أيدي عدد محدود من المنشآت. لذا ففي قياس تركيز السوق ينصب اهتمامنا على كل صناعة أو سوق بشكل منفرد، وعلى العدد والحجم النسبي للمنشآت في كـل الصناعة. وبافتراض ثبات بـاقي العوامل المؤثرة في التركيز، فإن السوق يكون أكثـر تركيـزاً كلما قـل عدد

المنشآت المنتجة أو زاد التباين بين أنصبتها في السوق. ويستتبع هذه التعاريف ما يلي:

أولاً : يجب التمييز بين تركيز السوق والتركيز الإجمالي. ويقصد بالأخير إلى أي مدى يتحكم عدد صغير من المنشآت في الإنتاج الإجمالي للدولة ككل أو أحد القطاعات الكبيرة كالقطاع المالي أو القطاع الصناعي. فعلى سبيل المثال يمكن استخدام نصيب أكبر مائة منشأة في صافي الإنتاج الصناعي. وقد قدر بريز Parais (1970) أن هذه المجموعة من المنشأت كانت تسيطر على حوالي 40% من صافي الإنتاج في سنة 1970 مقارنة بحوالي 22% في سنة 1949. ومن المتوقع لهذه المستويات والتغيرات في التركيز الإجمالي أن يؤثر تأثيراً مهماً على توزيع القوى السياسية والاقتصادية والاجتماعية في ظل النظام الديمقراطي وسنرجىء نقاش هذه الأمور المتشعبة والمتصلة بالتركيز إلى الفصل التاسع، بينما نركز اهتمامنا في هذا الفصل على موضوع تركيز السوق.

ثانياً : يجب كذلك التفريق بين مقاييس التركيز المطلق ومقاييس اللامساواة. فمقاييس التركيز المطلق تتعلق بكل من عدد المنشآت وأنصبتها النسبية في السوق، أما مقاييس اللامساواة فتستمد أصولها من النظرية الإحصائية وتقيس تشتت الأنصبة السوقية. وتهمل هذه المقاييس كلية عدد المنشآت، الأمر الذي يضعف من الاعتماد عليها كمؤشر لتركيز السوق. غير أن مقاييس اللامساواة قد استخدمت في إنجاز بعض الدراسات المهمة مما يملي علينا ضرورة استعراضها بصورة مختصرة.

ثالثاً : يجب التمييز بين تركيز المشترين وتركيز البائعين. ففي كل ما سيرد في هذا الفصل من نقاش هناك افتراض ضمني بأن المقصود هو تركيز البائعين (المنشآت). ولكن هناك العديد من السلع الوسيطة

التي يتم تداولها بين المنشآت وحتى السلع الاستهلاكية يبيعها الصناع إلى بائعي الجملة والموزعين. وعليه فلعله من الأنسب في هذه الحالات أن يؤخذ في الاعتبار عدد المشترين وكذلك الأحجام النسبية لمشترياتهم بالإضافة إلى تركيز البائعين. وتفادياً لأية تعقيدات فسنقصر نقاشنا في هذا الفصل على تركيز البائعين دون المشترين.

(2-1-1) معايير القياس: Measurement Criteria:

والآن دعنا نتساءل: ما هو أفضل مقاييس التركيز؟ تتوقف الإجابة على هذا السؤال على المجال المطلوب استخدام المقياس فيه. فعلى سبيل المثال، لدراسة الأسعار في سوق احتكار القلة (Oligopoly) نجد أن بعض المقاييس أكثر ملاءمة للظروف السائدة في تلك السوق عن غيرها، كما سيرد في الفصل الثالث. كذلك فبعض النظريات الإحصائية الخاصة بالنمو المتناسب للمنشأة تدعم استخدام مقاييس اللامساواة للتركيز ـ وأخيراً ففي الدراسات الوصفية للإتجاهات الزمنية لتركيز الأسواق حيث تلقى بعضَ العوامل كسهولة الإدراك جل الأهمية، فقد يكون من الأنسب استخدام بعض المقاييس الأخرى. ففي كل حالة يجب أن تحدد المشكلة تحت البحث أولاً حتى يمكن اختيار أنسب المقاييس لظروف الدراسة.

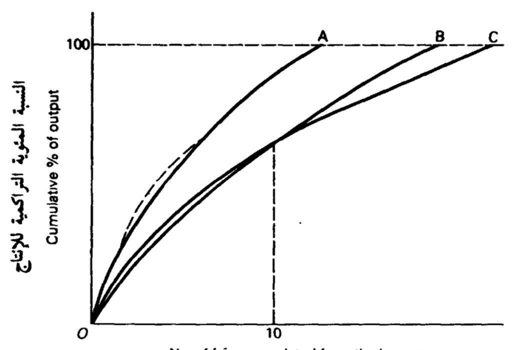
وبالتغاضي عن بعض المتطلبات الخاصة في كل مقياس، يمكن تحديد بعض المعايير العامة التي يمكن على ضوئها تقويم مؤشرات (Indices) التركيز، مع الأخذ بعين الاعتبار بأن أياً من هذه المقاييس ولو فشل في استيفاء هذه المعايير العامة فربما يمكن الإستفادة منه تحت بعض الظروف الخاصة. يمكن تقسيم هذه المعايير إلى معايير أولية ومعايير عامة. فضمن المعايير الأولية، يفضل أن يكون المؤشر المستخدم سهلاً في فهمه وطريقة حسابه وأن يكون مستقلاً عن حجم السوق، وأن يأخذ قيماً تتراوح بين الصفر لأسواق المنافسة الحرة حيث العدد الكبير جداً من المنشآت متساوية

الحجم، والواحد الصحيح في حالة الاحتكار الكامل (Monopoly). وعموماً فالإستقلالية عن حجم السوق هي الشرط الأهم، وتعني أن يعتمد المؤشر على أنصبة المنشآت في السوق لا على أحجامها ووفقاً لهذا الشرط يعد تباين أنصبة المنشآت في السوق وليست أحجامها هي الفيصل. لذا على سبيل المثال، فلا يتفق تباين حجم المنشآت وهذه المعايير، على العكس من تباين أنصبتها الذي يستوفيها. ويرجع فشل اعتماد المؤشر على أحجام الشركات إلى تأثر الأخير بوحدات القياس[1]. ولاستنباط معايير أكثر عمومية يمكن الاعتماد على ما يسمى بمنحنى التركيز (Concentration Curve)، حيث يقاس على المحور الرأسي النسبة المئوية التراكمية للإنتاج، ويقاس على المحور الأفقي العدد التراكمي للمنشآت مرتبة من أكبرها إلى أصغرها. ويجب هنا أن نفرق بين هذا المنحنى وما يعرف بمنحنى لورنس والذي سيأتي ذكره في (2-1-3).

يصور الشكل البياني (2-1) ثلاثة منحنيات للتركيز بثلاث صناعات (A, B, C) ويلاحظ تقعر المنحنيات من أسفل بسبب تراكم المنشآت من الأكبر إلى الأصغر، كذلك فالمنحنى يميل إلى الاستقامة إذا ما زاد عدد المنشآت وتقاربت في أحجامها. وعليه فإن تقعر المنحنى على هذا النحو يعكس درجة التباين في أحجام المنشآت، وتقاطعها مع مستوى الإنتاج (100%) يعكس عدد الشركات في هذا السوق.

ووفقاً لتعريف تركيز السوق يمكننا الآن أن نستدل على زيادة التركيز في إحدى الصناعات على غيرها إذا ما وقع منحنى التركيز لتلك الصناعة كلية في موضع أعلى من غيره من المنحنيات. ففي الشكل البياني (2-1) يمكننا القول بأن الصناعة (A) هي أعلى الصناعات الثلاث تركيزاً.

ويسهل على هذا النحو استخدام منحنيات التركيز لمقارنة الأسواق ولكن شريطة ألا تتقاطع هذه المنحنيات. وإذا ما تقاطعت منحنيات التركيز فلا يمكن ترتيب الأسواق وفقاً لتركيزها بصورة قاطعة، فالحكم هنا يعتمد على الأهمية النسبية أو الأوزان (Weights) التي يعلقها الدارس على الأجزاء



شكل رقم (2-1)

المختلفة من منحنيات التركيز الأمر الذي يؤدي للإختلافات في الترتيب. وهي مشكلة عامة بكل مؤشرات التركيز، وقد يمكن معالجة هذه المشكلة إذا ما توفرت وعلى سبيل المثال بعض الأسس النظرية والتي يمكن الاعتماد عليها في اختيار مقياس التركيز وبالتالي الأوزان التي تعكس أهمية الأجزاء المختلفة من منحنى التركيز. وقد اقترح هانا وكاي Hannah and Kay (1977) بعض المعايير العامة لمقاييس التركيز وتتضمن[2]:

(1) معيار ترتيب المنحنيات: يجب أن يدلل مؤشر التركيز على زيادة التركيز في الصناعة (A) عنه في (B) إذا ما وقع منحنى التركيز (A) كلية أعلى منحنى التركيز (B).

(2) مبدأ المبيعات المحولة: تحويل المبيعات من منشأة صغيرة إلى أخرى كبيرة من شأنه أن يزيد من تركيز السوق. وعلى الرسم (2-1) هذا التحويل يؤدي إلى زيادة تحدب منحنى التركيز في بعض مواضعه كما هو موضح بالجزء المنقط على منحنى (A).

(3) شرط دخول السوق: يؤدي دخول منشأة صغيرة إلى السوق إلى خفض تركيز السوق شريطة ألا يؤدي ذلك لتغير أنصبة المنشآت الأصلية في السوق، ويحدث العكس في حالة خروج منشأة صغيرة. ويلاحظ هنا انطباق هذا الشرط على الحجم الصغير من المنشآت فقط فمن الواضح أن دخول منشأة ذات حجم كبير نسبياً يؤدي في الواقع إلى زيادة تركيز السوق، ويعد دخول مؤسسة زيروكس (Xerox) في سوق ماكينات التصوير مثالاً حياً لمثل هذا التأثير.

(4) شرط الدمج: يؤدي اندماج منشأتين أو أكثر إلى زيادة تركيز السوق. وهي نتيجة حتمية إذا ما أخذ في الاعتبار أن الدمج يمثل تحويلاً لمبيعات المنشآت الصغرى إلى المنشآة الكبرى ويعني في ذات الوقت خروج منشأة صغيرة من السوق وهذه العوامل كما أوضحنا عالية تؤدي إلى زيادة تركيز السوق. وعلى الرسم يمثل الإندماج بامتداد الخط المنقط إلى أعلى حتى خط الـ 100% كحد أعلى.

وبالرغم من منطقية هذه المعايير الأربعة فإن بعض الكتاب يرفضون الأخذ بها تحت كل الظروف[3]. كذلك فهذه المعايير تعد غير كافية لمقارنة الأسواق في حالة تقاطع منحنيات التركيز، غير أنها تقدم مرتكزاً مفيداً للمزيد من انقاش وسوف نقارنها ببعض مؤشرات التركيز الأكثر شيوعاً وذلك في المبحث التالي.

(2-1-2) بعض مؤشرات التركيز[4]:

Some Concentration Indices:

مؤشر التركيز هو ملخص إيضاحي لمدلول منحنى التركيز. وسنفترض فيما يلي صناعة تشتمل على عدد (n) منشأة تنتج كل منها x_i حيث ($i = 1,2,3..... n$) وقد رتبت هذه المنشآت من أكبرها إلى أصغرها. (X) تمثل الإنتاج الكلي للمنشآت حيث أن ($X = \Sigma^n_{i=1} x_i$)، (S_i) تمثل نصيب المنشأة الواحدة حيث ($S_i = x/X$) وسننصرف فيما يلي إلى شرح بعض مؤشرات التركيز المبسطة للتعرف على ميزات كل منها.

معكوس عدد المنشآت: Reciprocal of Firms number :

يعد معكوس عدد الشركات (1/n) أبسط مؤشرات التركيز، ويستوفي هذا المؤشر جميع المعايير السابق عرضها ما عدا المبيعات المحولة والتي تترك عدد المنشآت دون تغيير. في ضوء الشكل (2-1) ترتب الصناعات الثلاث وفقاً لهذا المؤشر كالآتي (A,B,C) من الأكثر إلى الأقل تركيزاً ولا يتأثر الترتيب بالأحجام النسبية للمنشآت. وتعد هذه النقطة من المآخذ العملية على هذا المؤشر، فمن المفضل أن يعكس المؤشر الحجم النسبي للمنشآت المكونة للصناعة بالإضافة إلى أعدادها. أما في حالة استخدام النماذج النظرية التي تفترض تساوي المنشآت في أحجامها (كما هو الحال في نماذج التماثل (Symmetrical Models) فيصبح معكوس عدد المنشآت المؤشر الملائم نظرياً لقياس تركيز السوق، ولذلك فقد عرضناه هنا.

نسبة التركيز: Concentration Ratio:

نسبة التركيز هي أكثر المؤشرات استخداماً، وتعرف بالنسبة المئوية لنصيب أكبر r من المنشآت في الإنتاج الإجمالي للصناعة، حيث أن r هي رقم اختياري يحدده الباحث. وتحسب نسبة التركيز Cr وفقاً للصيغة التالية:

$$C_r = \sum_{i=1}^{r} x_i/x = \sum_{i=1}^{r} s_i \qquad (2.1)$$

فإذا اخترنا (r_5)، فإن (C_5) تمثل نسبة التركيز لخمس منشآت والتي تقيس نصيب الخمس المنشآت من الإنتاج الكلي للصناعة. فإن كانت أنصبة هذه المنشآت هي (3%, 4%, 6%, 12%, 15%)، تكون نسبة التركيز للخمس منشآت مساوية لمجموع هذه الأنصبة أي 41%. ويتمتع هذا المؤشر بأفضلية خاصة في الدراسات الوصفية والعملية حيث يسهل حسابه ويتيسر فهمه. وكما سيأتي في الفصل الثالث يمكن الاستعانة بهذا المؤشر في التعامل مع بعض مشاكل التسعير في أسواق احتكار القلة.

ينتقد مؤشر نسبة التركيز لما يكتنفه من عفوية في اختيار قيمة (r) (عدد المنشآت الكبيرة)، كما ينتقد أيضاً لمحدوديته حيث يعكس نقطة واحدة على منحنى التركيز، فإذا تقاطعت منحنيات التركيز، فشلت نسبة التركيز في إعطاء

ترتيب قاطع، فيختلف ترتيب الصناعات بالنسبة لتركيزها وفقاً لعدد المنشآت (r) المأخوذة في الاعتبار. في الشكل (2-1) وبتطبيق نسبة التركيز نلاحظ تساوي التركيز في الصناعتين (B, C) إذا اخترنا (r = 10)، وفي حالة (r > 10) فإن الصناعة (B) تبدو الأكثر تركيزاً، وفي حالة (r < 10) فإن الصناعة (C) تبدو الأكثر تركيزاً. كذلك فإن إرتباطه بنقطة واحدة على منحنى التركيز، تفقد مؤشر نسبة التركيز بعض المعلومات الهامة المتعلقة بالحجم النسبي لكبريات المنشآت المختارة (r) بالنسبة لباقي المنشآت بالصناعة (n - r)، ويعد ذلك بمثابة العامل المسئول عن عدم استجابة نسب التركيز لمعايير هيما وكاي. كما أن تحويل المبيعات والإندماج والتي ثبت تأثيرها على التركيز، قد لا تؤثر على التركيز مقيساً بنسبة التركيز وذلك إذا ما حدثت هذه التغيرات في المنشآت الصغيرة والتي يتجاهلها هذا المؤشر، وبينما تشترك جميع المقاييس الموجزة للتركيز في إخفائها بعض المعلومات عن منحنى التركيز، فإن نسبة التركيز وعلى وجه الخصوص هي أكثرها عرضة لهذه الإنتقادات.

مؤشر هيرشمان وهيرفيندال: Herschman and Herfindah

لقد أصبح المؤشر هذا شعبية متزايدة بين المهتمين باقتصاديات الصناعة في السنوات الأخيرة[5]، كما أن لهذا المؤشر أهمية خاصة في تحليل الأسعار في أسواق احتكار القلة. ويأخذ هذا المؤشر (على عكس نسبة التركيز) في الحسبان جميع النقاط المكونة لمنحنى التركيز، ويمّكن حسابه كمجموع مربعات أنصبة جميع المنشآت العاملة بإحدى الصناعات كما يلي:

$$H = \sum_{i=1}^{n} (x_i/x)^2 = \sum_{i=1}^{n} s_i^2. \qquad (2-2)$$

فتربيع أنصبة المنشآت يعطي وزناً أكبر للمنشآت كبيرة الحجم. فإذا أخذنا سوقاً من أربعة منشآت وكانت أنصبتها في السوق (10%, 20%, 30%, 40%)، فمربعات الأنصبة هو (1%, 4%, 9%, 16%)، فيكون تركيز السوق (H = 30%) ومن الواضح أن للمنشأة الكبيرة الإسهام الأكبر في هذه القيمة.

بالإمكان كذلك أن تعبر عن (H) بأسلوب مختلف حتى تظهر خواصه بطريقة أكثر وضوحاً إذا عرفنا متوسط حجم المنشأة (x) كما يأتي:

$$\bar{x} = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} x_i$$

عرفنا تباين حجم المنشآت $(6)^2$ كما يأتي:

$$\sigma^2 = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} x_i^2 - \bar{x}^2,$$

فيمكن الآن أن نعرف مقياساً (مستقلاً عن وحدة القياس) لتباين أنصبة المنشآت والمسمى بمعامل تباين أحجام المنشآت (C = 6/x) كالآتي:

$$c^2 = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} x_i^2/\bar{x}^2 - 1,$$

وبإعادة ترتيب الرموز الجبرية إذا: (2.3) [A]:

$$H = \frac{c^2+1}{n}. \qquad (2\text{-}3)$$

وعليه فالمؤشر H يعتمد كما ترى من (3-2) على تباين أنصبة المنشآت (مقيسة بـ C^z) وعلى عدد المنشآت (n). وتتراوح قيمة (H) بين الصفر في حالة المنافسة الحرة $(C^2 = 0, n \rightarrow \infty)$؛ والواحد الصحيح في حالة الاحتكار التام $(C^2 = 0, n = 1)$ ويمكن استخدام .معكوس قيمة (H) كمعالجة جزئية لقصور (H) عن تقديم معنى يسهل إدراكه. فمعكوس (H)، (1/H) هو رقم مكافىء (equivalent number)، وهو العدد الأوحد من المنشآت متساوية الحجم (B) الذي يمكن (بإحلاله في المعادلة 3-2) أن يعطي قيمة معينة لـ (H). فعلى سبيل المثال إذا كانت (H = 018) بإحدى الصناعات فذلك يعادل وجود 56 منشآة ذات حجم متماثل تعمل في هذه الصناعة وتنتج قيمة (H) هذه (018). فإذا تبين أن العدد الفعلي للمنشآت في الصناعة هو (200) منشأة يمكننا استنتاج أن (1.3%) من القيمة المشاهدة (H) يرجع إلى اللامساواة بين أحجام المنشآت (C^2).

ويستوفي مؤشر هيرشمان ـ هيرفيندال جميع المعايير التي وضعها هانا وكاي فبالرجوع إلى الشكل (1-2) نجد أن الصناعات الثلاث ترتب حسب

تركيزها بنفس الترتيب سواء استخدمنا منحنيات التركيز أم مؤشر التركيز (H). فمنحنى التركيز (A) الذي يقع أعلى المنحنيات (B, C) لا بد أن يعني أن عدداً محدوداً من المنشآت الكبيرة تحظى بالنصيب الأكبر من السوق. فإذا ما ربعت هذه الأنصبة لحساب قيمة (H)، فلا بد أن يؤدي ذلك إلى تركيز أعلى في الصناعة (A) عنه في (B) أو (C). كذلك فالمبيعات المحولة تؤدي لزيادة التركيز في السوق لأن الزيادة الناجمة عن زيادة نصيب المنشأة الأكبر يكون لها وزن أكبر عما هو الحال بالنسبة للفقد الناتج عن نقص نصيب المنشأة الأصغر. وكذلك الحال بالنسبة لاندماج المنشآت والتي تتضمن بالإضافة لذلك نقصاً في عدد المنشآت أيضاً ـ أما عن معيار دخول المنشآت فقد يصعب معالجته بطريقة واضحة لأن دخول المنشآت الكبيرة من شأنه أن يرفع من قيمة (H). فمن الواضح أن دخول عدد محدود من المنشآت الصغيرة سوف يؤدي إلى نقل منحنى التركيز إلى أسفل وبالتالي إلى خفض تركيز الصناعة وفقاً للمعيار الأول. أما دخول عدد كبير من المنشآت الصغيرة فقد يؤدي إلى تقاطع منحنيات التركيز (مرتين) وفي هذه الحالة يتوقف التغيير في قيمة (H) على الزيادة في عدد المنشآت بالنسبة للتغير في أنصبتها. وعموماً يمكن القول بأن دخول منشآت جديدة سوف لا يؤدي لزيادة قيمة (H) ما لم تكون هذه المنشآت ذات حجم كبير بالنسبة للمنشآت الموجودة أصلاً في السوق.

مؤشرات هانا وكاي: **Hannah and Kays Indices:**

يتضمن المؤشر (H) كغيره من مؤشرات التركيز على بعض الأوزان الخاصة بتباين أنصبة المنشآت وأعدادها، وهي من السمات المهمة خاصة في حالة منحنيات التركيز المتقاطعة. ففي حساب قيمة (H) يتم تربيع أنصبة المنشآت أي أننا نوزن الأنصبة بنفسها قبل جمعها، وبذلك نحصل على قيم التركيز لكل من الصناعتين (C, B) (في الشكل 2-1) وتعكس هذه القيم علاقة عددية Cardinal بين التركيز في كل من هاتين الصناعتين رغم تقاطع منحنياتها. (ويعكس H في الواقع علاقة عددية بين جميع الصناعات حتى ولو لم تتقاطع منحنيات تركيزها). وهذا الوزن أو الأهمية ربما لا يكون

مناسباً في جميع الظروف.

وعليه فقد اقترح هانا وكاي مجموعة من المؤشرات أكثر عمومية تماثل مؤشر (H) ولكنها تختلف عنه في الأوزان التي تعطيها للمنشآت الكبيرة وتعتمد هذه المؤشرات على الصيغة العامة.

$$R = \sum_{i=1}^{n} s_i^{\alpha} \quad \alpha > 0 \qquad (2-4)$$

حيث أن (α) هي معلمة تحكمية للمرونة ويعد (H) حالة خاصة في هذه الصيغة حيث يكون ($\alpha = 2$). الرقم المكافىء لـ (R)[*] هو ($R^{1/(1-\alpha)}$)، وبذلك تحصل على صيغة لمؤشر هانا وكاي كالتالي[6]:

$$HK = \left(\sum_{i=1}^{n} s_i^{\alpha} \right)^{1/(1-\alpha)} \quad \alpha > 0, \alpha \neq 1. \qquad (2-5)$$

هذا المؤشر يستوفي المعايير الأربع التي وصفها هانا وكاي، ويتميز هذا المؤشر بالمرونة التي أدخلت على مقياس التركيز حيث أُعطيت المنشآت ذات الحجم الكبير «أوزاناً» أكبر وذلك بزيادة قيمة (α)[7].

مؤشر انتروبي: Entropy Index:

وهو أحد المؤشرات المعكوسة للتركيز[8] ولحسابه تعطى أنصبة المنشآت أوزاناً مساوية لـ ($\ln(1/S_i)$) (أي اللوغاريتم الطبيعي لمعكوس نصيب المنشآة في السوق) ثم تجمع على النحو التالي:

$$E = \sum_{i=1}^{n} s_i \ln(1/s_i). \qquad (2-6)$$

فتأخذ E القيمة صفراً في حالة الاحتكار التام والقيمة [$\ln(1/S_i)$] في حالة المنافسة الحرة بين (n) من المنشآت متساوية الحجم. وقد قام مارفيلس (Marfels (1971)) بإعادة صياغة (E) بطريقة أكثر فائدة بأخذ معكوس الاعداد المقابلة للوغاريتم كالآتي:

$$e^{-E} = \prod_{i=1}^{n} s_i^{s_i}. \qquad (2-7)$$

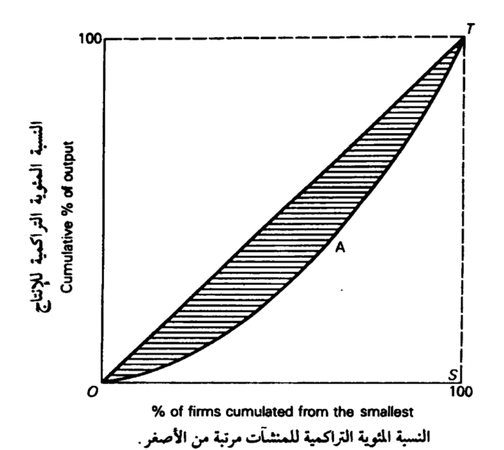
ويتناسب المقياس طردياً مع درجة تركيز السوق، ويتفق في النهاية مع مؤشر هانا وكاي عندما تئول المرونة في النهاية للواحد الصحيح أي $(\alpha \rightarrow 1)$ في المعادلة (2-5) ويعطي مؤشر انتروبي أوزاناً أقل للمنشآت الكبيرة عن تلك المستخدمة في المؤشر (H).

2-1-3 مقاييس اللامساواة: Inwquality Measures:

للإنتهاء من مناقشة مؤشرات التركيز نتناول في هذا المبحث وبشيء من الإيجاز مقاييس اللامساواة كمؤشرات لتركيز السوق. ولا تأخذ مقاييس اللامساواة هذه عدد المنشآت في الاعتبار، وتعتبر ملخصاً لمنحنى لورنس بنفس الطريقة التي تلخص بها المقاييس المطلقة منحنى التركيز.

يقيس المحور الرأسي لمنحنى لورنس النسبة المئوية التراكمية للإنتاج بالصناعة، ويقيس المحور الأفقي النسبة المئوية التراكمية لعدد المنشآت (وليس العدد التراكمي للمنشآت كما هو في منحنى التركيز). وهنا ترتب المنشآت من الأصغر إلى الأكبر. والشكل البياني (2-2) يوضح منحنى لورنس لتركيز إحدى الصناعات.

ويلاحظ هنا تقعر المنحنى بعيداً عن خط المحور، ويعكس ذلك عدم تساوي حجم المنشآت وترتيبها من الأصغر إلى الأكبر. كما يصور خط المحور (OT) حالة تساوي المنشآت في أحجامها، حيث أن (Y%) من الانتاج (Y%) من المنشآت. وكلما زاد تباين المنشآت في أحجامها بعد منحنى لورنس عن خطة المحور، أما إذا تقاطعت منحنيات لورنس لبعض الصناعات فلا يمكن الجزم بترتيب معين لتلك الصناعات وفقاً لتركيزها، ويستقل منحنى لورنس تماماً عن عدد المنشآت ففي حالة المنشآت المتساوية الحجم ينطبق منحنى لورنس على خط المحور ولا يتأثر في ذلك بعدد المنشآت في الصناعة ونورد فيما يلي بعض مقاييس اللامساواة.



شكل رقم (2-2)

(١) معامل جيني: Gini Coefficient:

يمكن استنباط معامل جيني (G) مباشرة من منحنيات لورنس ويمثل مساحة الجزء المظلل إلى مساحة المثلث (OST). في الشكل (2-2) وكلما زاد عدم تساوي المنشآت في أحجامها زادت مساحة الجزء المظلل وبالتالي زادت قيمة (G) (حيث $0 \leqslant G \leqslant 1$).

(٢) معامل الاختلاف: Coefficient of Variation:

معامل الاختلاف هو النسبة بين الانحراف المعياري لأحجام المنشآت ومتوسط هذه الأحجام، وهو مقياس للتشتت، ومن ثم اللامساواة في حجم

المنشآت، ولا يتأثر هذا المقياس بوحدات القياس.

تباين لوغاريتم أحجام المنشآت:

Varience of the Logarithms of Firm Size:

نقدم هذا المقياس هنا لما له من أهمية بالنسبة لنقاش المواضيع المطروحة في المبحث (3-2). ويعرف هذا المقياس جبرياً كالآتي:

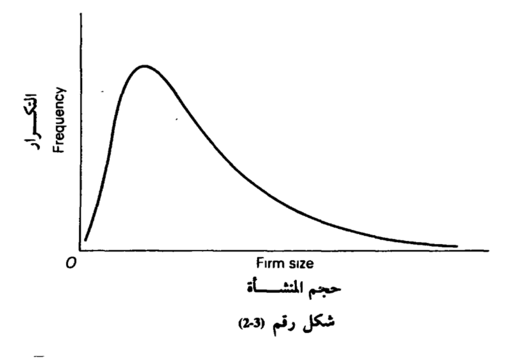
$$v^2 = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n} [\log(x_i/\bar{x}_g)]^2 \qquad (2\text{-}8)$$

وتمثل (X_g) الوسط الهندسي لأحجام المنشآت. ولهذا المقياس أهمية خاصة عندما يتوزع لوغاريتم أحجام المنشآت توزيعاً معتدلاً. ففي هذه الحالة تكون منحنيات لورنس غير متقاطعة وتعطي (V^2) ترتيباً محدداً وقاطعاً لتباين أحجام المنشآت بالأسواق المختلفة.

الشكل (3-2) يوضح التوزيع اللوغاريتمي المعتدل لأحجام المنشآت في إحدى الصناعات. ويدل الإلتواء لهذا المنحنى على أن الأحجام الصغيرة والمتوسطة للمنشآت هي الغالبة على هذا السوق. ويطابق هذا التوزيع توزيع المنشآت بأحجامها في معظم الصناعات، ولذا فالتوزيعات اللوغاريتمية المعتدلة هي الأكثر استخداماً لتصوير توزيع المنشآت حسب أحجامها في الدراسات النظرية لاقتصاديات الصناعة، وعليه فإن (V^2) عادة ما تستخدم لقياس اللامساواة في أحجام المنشآت.

لقد عبر هانا وكاي (pp - 50 - 52, 1977) عن عدم رضاهم عن مقاييس التباين السابق ذكرها لعدم استيفائها للمعايير التي وضعوها للمقياس الأمثل، حيث أن جميع تلك المقاييس لا تأخذ عدد المنشآت في اعتبارها. كذلك

فإنها لا تستوفي بالضرورة معايير الدخول والإندماج. وقد أوضح هانا وكاي أن تحويل المبيعات من المنشآت الصغرى إلى الكبرى بين مجموعة المنشآت الكبيرة جداً قد تؤدي إلى نقص في قيمة (V^2) وليس زيادة. لهذه الأسباب يرى الكتاب ضرورة عدم الاعتماد على مقاييس اللامساواة كمؤشرات لتركيز السوق. ومع ذلك فلهذه المقاييس دور هام في الدراسات التي تركز على النمو النسبي للمنشآت.



شكل رقم (2-3)

(2-2) دلائل عن تركيز الأسواق:

Evidence on Market Concentration:

نستعرض في هذا المبحث بعض الدلائل الوصفية عن تركيز الأسواق الصناعية ببريطانيا. كما يلاحظ من جدول (2-1)، فالقطاع الصناعي وإن تضاءل نصيبه بعض الشيء، فلا يزال القطاع الرائد في الاقتصاد البريطاني. وعلينا أن نتذكر هنا أن العديد من المبادىء التي تم نقاشها لها تطبيقات عملية ليس في القطاع الصناعي فحسب بل وفي غيره من القطاعات، ولكن جرت العادة أن يركز المهتمون باقتصاديات الصناعة على القطاع الصناعي دون غيره، حتى أن معظم الدلائل المتاحة تتصل بهذا القطاع. كذلك فيغلب

استخدام نسبة التركيز كمؤشر في الدراسات الوصفية وسنبقى هنا على هذا التقليد.

(2-2-1) مشاكل القياس: Measurement Problems:

يحصل على معظم البيانات المتوفرة عن التركيز ببريطانيا من إحصاءات الإنتاج، وسوف نعتمد في نقاشنا هنا على هذا المصدر. وفقاً لإحصاءات الإنتاج، تعرف المنشأة (أو المشروع) بأنها مصنع أو أكثر بإحدى الصناعات تحت ملكية وسيطرة عامة. فلا يؤخذ في الاعتبار إلا القسم المنتج من المنشأة في صناعة ما وهو إجراء مناسب بالطبع. ويقدر حجم المنشأة أما بحجم العمالة فيها وإما بالإنتاج الصافي أو بحجم مبيعاتها. وقد يؤدي ذلك لبعض الاختلافات. فمثلاً، عادة ما تكون نسبة رأس المال/العمل أكبر من المتوسط في المنشآت كبيرة الحجم. وبالتالي تصبح نسبة التركيز المحسوبة على أساس العمالة كمقياس للحجم أقل نسبياً من تلك المحسوبة على أساس صافي الإنتاج أو المبيعات كمقاييس للحجم. كذلك فاستخدام المبيعات يزيد من حجم المنشآت العاملة في التجارة، وهذه الاختلافات من شأنها أن تثير بعض المفارقات عند قياس نسبة التركيز للصناعات المختلفة.

في عالم المنتجات المتميزة يمكننا أن نصف السوق بأنه تجمع للعديد من السلع البديلة في الطلب عليها. ونقطة الضعف الأساسية في بيانات التركيز المتداولة هو أن الأسواق وفقاً للتعريف الرسمي لإحصاءات الإنتاج لا تتفق والتعريف السابق. أولاً: حيث أن بيانات الإنتاج تتصل بالإنتاج البريطاني فقط، فهي تهمل تأثير المنتجات المستوردة. وقد سجلت الصادرات والواردات زيادة ملحوظة في السنوات الأخيرة وبلغت كل من نسبة الواردات إلى الطلب المحلي ونسبة الصادرات إلى المبيعات المحلية 25% من جملة الإنتاج الصناعي في نهاية السبعينيات(*). فمن المتوقع أن يكون لهذا النمو بعض الآثار الهامة على المنافسة في القطاع الصناعي خاصة في السنوات الأخيرة، وسوف نتناول ذلك لاحقاً في القسم (2.2.2).

جدول رقم (2-1) نصيب الصناعة في الناتج القومي البريطاني 1972-1982

السنوات	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982
القيمة المضافة (مليون جنيه)	17.876	20,760	22,651	27,404	31,511	37,813	43,648	47,762	52,635	53,783	56,492
٪ من الناتج القومي	32.1	32.0	30.1	28.8	28.0	29.5	28.2	26.8	26.8	25.2	24.3

المصدر: موجز الإحصاءات السنوية، 1984، جدول (7-14).

ونجد حتى على المستوى المحلي أن إحصاءات الصناعات قليلاً ما تتفق وتعريف الاقتصاديين للسوق. فأغلب البيانات الإحصائية للتركيز تتصل بما يعرف بمجموعة قائمة الحد الأدنى (Minimum List Heading) أو (MLH) من الصناعات[10]، وتشتمل على مجموعات من المنتجات عادة ما تستخدم موارد أو عمليات إنتاجية متشابهة، والمصطلح الأمريكي لهذه الصناعات هو صناعات الثلاثة أرقام (three - digit industries)، كما يطلق على ما تنتجه هذه المجموعات من سلع اسم صناعات الأربعة أرقام (four - digit industries). فعلى سبيل المثال، في صناعات الثلاثة أرقام كطحن الغلال، يعرف إحصاء 1968 ثلاث منتجات، الدقيق الأبيض وأنواع أخرى من الدقيق، وشرائح الذرة (Breakfast Cereal) (Four - digit) وكما يتضح من المثال فإن إحصاءات صناعات الثلاثة أرقام عادة ما تكون إجمالية ولا تعطي معلومات عن أسواق المنتجات منفردة. كذلك فكثير من المنتجات المنافسة والبديلة تدرج تحت صناعات مختلفة بسبب اختلافها في المواد أو العمليات الصناعية المستخدمة في إنتاجها. فيجب أن تأخذ هذه الاعتبارات في الحسبان عند استعراض الدلائل في الفصل المقبل. وتفضل عموماً البيانات الإحصائية عن مجموعة صناعات الأربعة أرقام لاحتوائها على المعلومات الأكثر تفصيلاً من وجهة نظر التحليل الاقتصادي، وإن قل توفر هذه الإحصاءات.

(2-2-2) الدلائل: The Evidence:

من المتوقع بطبيعة الحال أن يتفاوت تركيز السوق ببريطانيا من صناعة إلى أخرى. إحصاءات سنة 1980 عن قطاع الصناعة توضح أن المنافسة كانت شديدة في بعض المجموعات كصناعة الجلود، والأثاثات، والملابس، وجميعها تتميز بتركيز يقل عن 15% (لخمس منشآت). ومن جهة أخرى فإن معدل التركيز لخمس منشآت (العمالة كمؤشر للحجم) يزيد عن 90% في بعض الصناعات الأخرى كالدخان والألبان الصناعية والسكر، والسيارات. ويتراوح التركيز في باقي الصناعات بين هذين الحدين.

الجدول التالي رقم (2-2) يعطي فكرة عن تركيز السوق للصناعات الرئيسية ببريطانيا في عام 1980. يتضح من الجدول أن القطاعات المميزة بكثافة رأس المال والتقدم التقني، كما هو الحال في صناعة السيارات والتعدين والهندسة الكهربائية والإلكترونية، هذه القطاعات تتميز بالتركيز العالي. وتقل عنها في التركيز القطاعات ذات الكثافة العمالية العالية مثل منتجات الأخشاب، والصناعات الجلدية والملبوسات. وهناك علاقة واضحة بين التقنية المستخدمة في الصناعة ودرجة تركيزها. وللحصول على صورة واضحة عن المنافسة في إحدى الصناعات بعينها يجب ألا نلجأ إلى بيانات صناعات الثلاثة أرقام لشمولية هذه البيانات، بل ويتعين في هذه الحالة ولمعرفة أكثر الصناعات تركيزاً أن نستخدم بيانات مجموعة الأربع أرقام. ويبرز الجدول رقم (3-2) المنتجات الرئيسية والتي تتميز بدرجات تركيز عالية وحجم أعمالها يزيد عن 100 مليون جنيه. هذه المنتجات هي التي يمكن أن تقدم منظوراً شاملاً للفقد في الرفاهية الاقتصادية الناجم عن استغلال القوة السوقية، وإن كان هناك العديد من صناعات الـ (Four - digit) الصغرى والتي لها نفس التركيز العالي.

جدول (3-2) يقسم هذه الصناعات إلى قسمين: القسم الأول يحوي معامل تركيز 95% أو أكثر لخمس شركات (حجم العمالة كمؤشر للحجم)، والقسم الثاني ويحوي فئات التركيز 90% أو أكثر، وقد اشتمل الجدول على العديد من الصناعات التي تعاني من مشكلة الاحتكار. وهناك مجموعتان أساسيتان منها: **الأولى**: وتشمل الصناعات المتصلة بصناعة العربات وتتضمن السيارات والجرارات والإطارات والمواد التي تضاف لوقود السيارات والمحركات والبطاريات. فصناعة العربات هي حجر الزاوية في القطاع الصناعي البريطاني. وبالرغم من منافسة السيارات المستوردة في السوق البريطانية للسيارات فإن درجة التركيز لا زالت عالية في العديد من الصناعات المنضوية تحت هذه المجموعة. أما المجموعة الثانية من الصناعات عالية التركيز فهي صناعات المواد الغذائية وتشمل الدخان والسكر والزبد الصناعي

جدول رقم (2-2) تركيز السوق في قطاع الصناعة ببريطانيا، 1980

مجموعة صناعات الرقمين	عدد الصناعات	متوسط C_5	مجموعة صناعات	عدد	متوسط
12/2/3 تعدين	4	59	37 أدوات هندسية	4	
مصنوعات معدنية a	8	54	41/2 مأكولات ومشروبات دخان	15	58
24 منتجات عناصر غير معدنية					
25/6 كيماويات b	8	53	43 منسوجات	9	42
31 سلع معدنية	٥	22	44/5 جلود وأحذية وملابس	6	23
32/3 هندسة ميكانيكية	11	36	46 أخشاب وأثاث خشبي	7	21
34 هندسة كهربائية والكترونية	7	57	47 ورق وطباعة	3	30
35/6 معدات النقل والعربات c	7	65	48/9 صناعات أخرى	6	30
			المجموع	100	44

المصدر: إحصاء الإنتاج، جداول التلخيص، 1980.

ملحوظات:

(a) ما عدا الحديد والحديد الصلب (221) مواسير الصلب (222) والمسحوبات إلخ، من الحديد (233) بسبب التأثير المحتمل للحديد البريطاني المحلي في هذه الحالات.

(b) بما في ذلك تصنيع الزيوت المعدنية.

(c) ما عدا عربات القطار. والترام.

(d) ما عدا السكر (420).

جدول رقم (2-3): صناعات الأربعة أرقام عالية التركيز (بريطانيا، 1975*)

قسم I ($C_5 \geqslant 95\%$)		
سكر	99.9	٩
زبد صناعي	100.0 (7)	7
جبن	—	9
سجاير	100.0 (7)	7
دخان مصنع	98.8	8
منتجات بترولية	100.0 (7)	7
مشتقات هيدوكربونية	99.9	9
الفاتيل	100.0 (7)	7
مصنفات للوقود والزيوت	95.1	28
أسلاك للمواصلات السلكية	95.3	14
تركيبات تلفونية وتلغرافية	98.9	13
جرارات	95.7	11
سيارات	98.2	20
طائرات	100.0 (7)	7
خيوط صناعية	95.4	14
إطارات السيارات	96.4	8
قسم II ($C_5 \geqslant 90\%$)		
شرائح الذرة	91.4	16
آيس كريم	90.9	29
شرائح البطاطس	94.7	10
غذاء للكلاب والقطط	94.4	39
قهوة	90.6	20
مطاط صناعي	91.9	12
محاور كروية وإسطوانية	92.4	15
بطاريات	90.8	19
محركات	91.4	20
علب وأوعية معدنية	91.5	57

أسمنت	93.0	10
تنقية المعادن النفيسة	—	—

المصدر: إحصاء الإنتاج، جداول التلخيص، 1975.
ملاحظات: (a) على أساس دورة رأس المال لـ 155 مليون جنيه أو أكثر في 1975 فيما عدا بعض منتجات الصلب التي تنتج أساساً بواسطة المؤسسة البريطانية للصلب. نسبة التركيز محسوبة لمبيعات أكبر خمس منشآت.

وكذلك صناعة الوجبات السريعة الجاهزة وشرائح البطاطس (Chips). وكثيراً ما يزعم البعض بأن حساسية المستهلك للحملات الدعائية الضخمة هي القوة التي تدعم الاحتكار في هذه الصناعات.

وإذا نظرنا الآن للإتجاهات الزمنية لتركيز الأسواق، لوجدنا أنه على العكس لما درج البعض على ادعائه، فإن التركيز المرتفع ليس ظاهرة مؤقتة. فمثلاً وفي الـ (28) صناعة المبوبة بالجدول (3-2) كان التركيز (C_5) في 24 صناعة منها، وطوال الـ 17 سنة الأخيرة أعلى من 90%. وبالإمكان النظر إلى الإتجاهات الزمنية للتركيز بصفة عامة وذلك بمقارنة متوسطات نسب التركيز لعينة ثابتة من الصناعات على مدى زمني معين. في الجدول (4-2) عرض لهذه المقارنات خلال الفترة (1970 - 1935) مأخوذة عن الدراسة التي قام بها كل من هارت وكلارك Hart and Clark (1980). وتتميز هذه الفترة بتزايد تركيز الأسواق في بريطانيا. ويبدو ذلك جلياً من العمود رقم (3) حيث يلاحظ أن التركيز لأربع منشآت لصناعات الثلاث أرقام قد تزايدت من (26%) في 1935 إلى 41% في (1968)، وكان التزايد قبل (1958) في نسبة التركيز بمعدل منخفض نسبياً (2%) في الفترة (1951 - 1935) وبمعدل مضاعف (4%) خلال الفترة (1958 - 1951)، وبعد سنة (1958) استمر التركيز في الارتفاع

بمعـدل سنوي حـوالي (9%). والأدلة عن هـذه الفترة الأخيـرة في عينات أكبـر تضم صنـاعـات الأربعـة أرقـام عمـود (1) والثـلاثـة أرقـام، عمـود (2) جـاءت لتدعم ما ذكر من تزايد التركيز على مدى السنوات الأخيرة. فكان التركيـز لخمس منشآت (المبيعات كمؤشر للحجم) من صناعات الأربعة أرقام حوالي (63.4%) في (1968) بزيادة قدرها (8%) مما كانت عليه في (1968). وبمقارنة العمودين (2) و (3) يتضح أن رابع وخامس منشأة كبيرة في المتوسط كانت تسيطر على (4.5) فقط من التوظف في أي صناعة مقـارنة بـ (3) منشـآت تسيطر على (41%) في سنة (1968). بينما يتضح من مقارنة العمودين (2) ,(1) أن مستوى التركيز وليس اتجاهه الزمني هو الذي يتأثر ويتغير وفقاً لمستوى التجميـع المستخدم (Level of Aggregation)، وبـدرجة محـدودة بالأسلوب المستخدم في قياس حجم المنشأة. أما العمودان (5) و (4) فتعطى فكـرة عامة عن الإتجاه الزمني للتركيز بالأسواق البريطانية حتى عام 1968. العمود (4) (من دراسة بيرس Pairs 1976) يدل على زيادة التركيز الكلي ببريطانيـا بمعدل يماثل متوسط معدل الزيادة في تركيـز الأسواق المختلفـة في خلال الخمسينيات والستينيات، لكنـه عاد فهبط بعض الشيء في الفتـرة - 1949) (1945 وهذه الفروق قد تفسر بالإختلاف في الفتـرات الزمنيـة، كما يمكن تعليلها بما حدث خلال الحرب والفترة التالية لها من تحكم في المنشآت الكبيرة. ويجب ألا نغالي في التركيز على مثل هذه النتائج نسبة لما تتصف به من قصور بسبب عدم توفر البيانات الإحصائية الوافية. والعمود الخامس يوضح الإتجاه الزمني لخمس منشآت من صناعات الأربعة أرقام بالولايات المتحدة في الفترة (1967 - 1947) كما وردت بدراسة مولروهام Mueller and Hamm. وتعكس هذه البيانات بعض الهبوط في التركيز في الفترة ما قبـل 1958 تلتـه زيادة بمعـدل بلغ متـوسـطه السنـوي (0.2%) حتى عـام 1970. ويتضمن هـذا الاتجـاه الـزمني زيـادة ملمـوسـة في تـركيـز أســواق السلع الاستهلاكية مع بعض التناقص في تركيز أسواق السلع الإنتاجية، وعموماً فقد شهدت الولايات المتحدة استقراراً ملحوظاً في تركيز أسواقها في فترة ما بعد الحرب، فقد تزايد تـركيز الأسـواق بمعدل (2%) في الفتـرة (1970 - 1947)

مقارنة بزيادة قدرها (12%) في تركيز الأسواق البريطانية خلال الفترة (1951 - 1968). ويحتمل أن يرجع هذا الفارق في التركيز بين البلدين إلى النجاح الذي لقيته سياسات حماية المنافسة بالولايات المتحدة.

جدول رقم (2-4) نمو التركيز الصناعي بكل من بريطانيا والولايات المتحدة (1970 - 1935)،

السنة	(1)%	(2)%	(3)%	(4)%	(5)%
1935			26.3	24	40.9
1947			22		
1949			29.3		
1951				27	
1953				27	
1954					40.6
1958	55.4	36.9	32.4	32	41.3
1963	58.6	41.6	37.4	73	41.3
1967					41.4
1968	63.4	45.6	41.0	41	
1970		-		41	42:7

المصدر: هارت وكلارك (1980) بريز (1976) ومولر وهام (1974) (عمود 5).

ملحوظات:

(1) متسوط تركيز المبيعات لخمس منشآت في صناعات الأربعة أرقام ببريطانيا (n = 144).

(2) متوسط تركيز التوظف لخمس منشآت في صناعات ثلاثة أرقام ببريطانيا (n = 79).

(3) متوسط تركيز التوظف لثلاث منشآت في صناعات ثلاثة أرقام ببريطانيا (n = 42).

(4) نصيب أكبر 100 منشأة في صافي الإنتاج الصناعي البريطاني.

(5) متوسط تركيز شحنات أربع منشآت في صناعات الأربعة أرقام بالولايات المتحدة (n = 166).

الدلائل الواردة بالجدول (2-4) قد توحي بأن الإتجاهات الزمنية لتركيز الأسواق ببريطانيا قد اتبعت في تزايدها دالة أسية، مما ينبىء بإمكانية زيادتها زيادة ملموسة في السبعينات. ويقوي من هذه النبؤة ما لوحظ في السبعينات في تزايد في نشاطات الدمج بين المنشآت كاستمراراً للنشاط الذي بدأ في الستينيات ومع ذلك فقد شهدت السبعينيات تركيزاً أكثر استقراراً بل وربما حدث بعض النقص في التركيز خلافاً لما كان عليه الحال في الستينيات.

والجدول (2-5) يلخص بعض الدلائل أيضاً. القسم (a) يوضح متوسط نسبة التركيز محسوبة بحجم التوظف، المبيعات، والإنتاج على التوالي لعينة من (93) صناعة من صناعات الثلاثة أرقام خلال السنوات (1979, 1975, 1970). ويتضح من الجدول استقرار التركيز خلال السبعينات ولكن هذا الاستقرار لا يأخذ في الاعتبار تأثير التجارة الخارجية على تركيز الأسواق المحلية. القسم (b) يقدم نتائج الدراسة التي قام بها آتون Utton (1982) لعينة من 121 صناعة من صناعات الأربعة أرقام للسنوات (1977, 1975, 1968) والتي تأخذ في اعتبارها تأثير التجارة الخارجية. وقد تبين أن تعديل نسب التركيز الواردة بالقسم (a)، بحيث تعكس أثر التجارة الخارجية، قد أدى إلى نقص في متوسط التركيز وإلى نقص مقداره (4%) في نسبة التركيز خلال هذه الفترة. هذه النتائج تدل على أن نمو حجم الواردات في السبعينات قد أدى إلى زيادة ملموسة في المنافسة بالأسواق الصناعية ببريطانيا على العكس مما كان عليه الحال في الستينات وما قبلها[11]. وتخضع نتائج آتون إلى بعض التحفظات:

أولاً: يفترض آتون أن السلع المستوردة منافسة للسلع المنتجة محلياً وبالتالي فإضافتها لمقام نسب التركيز من شأنه أن يقلل من هذه النسب[12]. ولكن وكما لاحظ كولين Cowling (1978) فإن جانباً كبيراً من الواردات تتم صفقاتها بالتنسيق مع الشركات البريطانية الرائدة وخاصة في صناعة السيارات والسلع الكهربائية في السبعينات. فعلى الأقل جزء من النمو في الواردات يمكن ربطه بهذا العامل. وعليه فنتائج آتون لا تخلو من المبالغة في مدى تناقص نسبة التركيز خلال الفترة (1977 - 1968).

جدول رقم (2-5): الإتجاهات الزمنية لتركيز الصناعة ببريطانيا في السبعينيات

(a) عينة من 93 من صناعات الثلاثة أرقام، التركيز لخمس منشآت:

	1970 (%)	1975 (%)	1979 (%)	التغير 1970 - 1979 (%)
العمالة	44.8	45.5	45.6	+ 0.8
المبيعات	45.5	47.2	46.4	+ 0.9
صافي الإنتاج	45.7	47.3	47.2	+ 1.5

(b) عينات من 121 من صناعات الأربعة أرقام، التركيز لخمس منشآت:

	1968 (%)	1975 (%)	(%)	التغير 1968 - 1977
غير معدل	64.8	65.0	64.8	0.0
معدل	58.8	56.4	54.8	- 4.0

المصدر: (a) إحصاء الإنتاج، جداول التلخيص للسنوات 1970, 1975, 1979.
(b) آتون Utton (1982).

ملاحظات: الأرقام لأكبر خمس منشآت بالنسبة لحجم العمالة، ولذا فقد تعكس مستويات التشغيل وتركيز صافي الإنتاج بأقل مما هي عليه. وقد تؤثر في التغيرات المسجلة عن مستويات المبيعات وتركيز صافي الإنتاج.

ثانياً: يفترض في تحليل آتون غياب المستوردين الأجانب، وهو إفتراض ينافي الحقيقة في بعض الصناعات فبعض الأسواق تسودها الواردات وبصفة خاصة بواسطة المنشآت اليابانية، مما يرجح مبالغة آتون في حساب نسبة التركيز.

ثالثاً: لم يأخذ آتون في اعتباره أثر الصادرات مفترضاً أن المنشآت المحلية تصدر بما يتناسب وحجم مبيعاتها في الداخل، وكما لاحظ آتون فإن المنشآت الكبيرة تصدر الجزء الأكبر من إنتاجها ونسبة صادراتها تفوق نسبة مبيعاتها في الأسواق المحلية. الأمر الذي أدى بأتون لاستنتاج أن هناك نقصاً إضافياً يقدر بـ (3%) من متوسط التركيز إذا ما أخذ تأثير الصادرات في الحسبان ويصعب عموماً التنبؤ بتأثير هذه العوامل على نسبة التركيز بل وربما كان تأثيراً غير ملموس.

ويمكننا الآن استنباط الخلاصة المدنية من النتائج المعروضة بالجدول رقم (5-2):

أولاً: بالنظر إلى الأرقام على المعدلة للتركيز نلاحظ بعض التناقص الظاهر في معدل تزايد نسبة التركيز عما كانت عليه في الستينات وما قبلها. وقد يرجع جزء من هذا إلى التجارة الخارجية تمشياً مع ما درجت عليه المنشآت الكبيرة من تحويل الانتاج إلى التصدير للبلدان الأخرى في السبعينات. كذلك فقد تعكس بعض سياسات تقييد الإنتاج التي اتبعتها المنشآت الكبيرة بعد موجة الدمج المتصاعدة في الستينيات، ويتفق ذلك مع حقيقة أن القطاعات التي شهدت زيادة كبيرة في تركيزها في الستينيات مثل صناعات الأغذية والمشروبات والعربات قد تميزت باستقرار أو تناقص في متوسط التركيز في السبعينات.

ثانياً: على الرغم من عدم دقة قياس آتون للتركيز المعدل لتصحيح تأثير التجارة الخارجية فقد كانت زيادة منافسة الواردات هي القوة النامية التي أدت للنقص في تركيز الأسواق ببريطانيا في فترة ما بعد 1968. ومن المحتمل أن يؤدي الحساب الدقيق لنسبة التركيز المعدلة (بالنسبة للواردات والصادرات) إلى تأثير يقل كثيراً عما ذهب إليه آتون في تحليله. غير أنه من الواضح أن للتجارة الخارجية آثاراً متزايدة على المنافسة بالأسواق البريطانية مما يدل على أهمية الدور المتوقع لها في مستقبل تحليل هيكل السوق والسلوك الإداري والأداء.

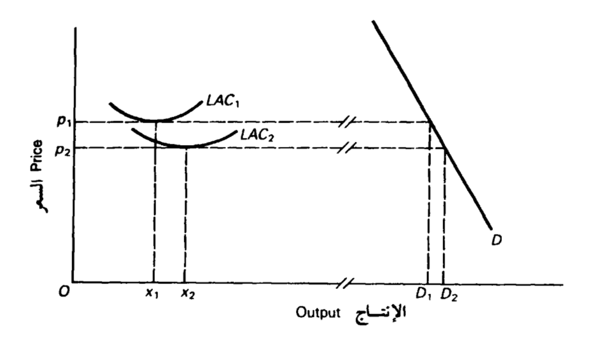
(2-3) نظريات تركيز السوق: Theories of Concentration:

لقد آثار النقاش السابق لدلائل تركيز الأسواق بعض الأسئلة المهمة. ولعل أهمها يدور حول العلاقة بين تركيز الأسواق والرفاهية الاقتصادية، وهو موضوع نقاشنا في الأبـواب القادمة. وفي هذا الفصل نركز إهتمامنا بالعوامل التي تؤدي إلى زيادة التركيز في بعض الأسواق دون غيرها، وكذلك على أسباب زيادة التركيز أو نقصانه في السوق الواحدة. ففي واقع الأمر ليست هنـاك إجابـة قاطعـة عن هذه الأسئلة، وسنتعـرض للموضـوعين عن طريق منهجيين مغايرين لدراسة مشكلة التـركيز، وهي منهـج اقتصاديـات الحجم (Scale economies) والمنهج اللايقيني (Stochastic) وكما سيتضح فإن كلاً من هذين المنهجيين إنما يعالج الموضوع من زاوية خاصة، ولذا فقد نلجأ إلى المنهج الاصطناعي (Synthetic approach) في نهاية هذا الفصل.

(2-3-1) اقتصاديات الحجم وتركيز السوق:
Scale Economies and Market Concentration:

نبدأ هنا باختبار فـرضية أن اقتصاديات الحجم هي المحدد الرئيسي لتركيز السوق - ويمكن اعتبار هذه الفرضية كجزء من أحـد مناهـج تفسير التركيز والذي يسمى بالمنهج التحديدي Deterministic approach بالمقـارنة بالمنهج-اللايقيني. ووفقاً للمنهج التحديدي يوجد هناك توازن محدد لدرجة تركيز السوق في أي لحظة زمنية، ويتحدد هـذا التوازن بنـاء على ظروف الطلب والتكاليف (وسلوك الأطراف المتعاملة في السوق) التي تدفع السوق باستمرار في إتجاه التوازن. وتلعب العوامل التقنية على وجه الخصوص دوراً أساسياً لتحديد المستوى الأمثل للتشغيل وبالتالي درجة التركيز عند التوازن. ومضمون هذه الفرضية أن التركيز العالي أو المتزايد يمكن تفسيره بالتغيرات في العوامل الأساسية وخاصة التقنية. وقد اعتمد بعض الكتاب علـى هذه الحجة في تبرير المستوى العالي والمتزايد لتركيز الأسواق. وقد بنيت هذه الحجة على أسس النظرية الاقتصاديـة. وفي الشكل (2-4) يمثـل المنحنى

(LAC_1) الشكل التقليدي لحرف (U) لمنحنى متوسط التكاليف في المدى البعيد لمنشأة في ظل المنافسة الحرة. (X_1) تمثل مستوى الإنتاج الأمثل أو الأقل تكلفة، حيث تظهر بعد ذلك مباشرة سلبيات الحجم (Scale diseconomies). في المدى البعيد يكون (P_1) سعر التوازن (بحيث يكون $(P_1 = LAC_1)$ أما (D_1) فيمثل منحني الطلب كدالة في السعر حيث $D_1 = f(p)$ كل منشأة ستنتج الحجم الأمثل (X_1) ودرجة تركيز السوق مقيسة بـ (1/n) تكون مساوية لـ (X_1/D_1). وعليه فإن أي زيادة في النسبة (X_1/D_1) نتيجة للتغير التقني ستؤدي حتماً لنقص في عدد المنشآت المنتجة وبالتالي إلى زيادة تركيز السوق. ويتضح ذلك من الشكل رقم (2-4) حيث ينتقل منحنى متوسط التكاليف إلى (LAC_2) فيزيد الإنتاج الأمثل إلى (X_2) وينخفض السعر إلى (P_2) تحت المنافسة. وفي هذه الحالة تزيد نسبة التركيز إذا ما كانت الزيادة النسبية في طلب السوق (D_2/D_1) أقل من الزيادة النسبية في مستوى الإنتاج الأمثل (X_2/X_1).



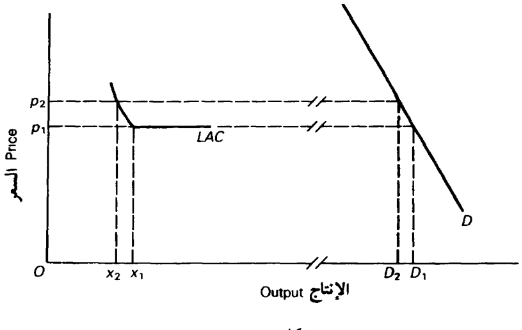
شكل رقم (2-4)

وهناك بعض النقاط التي يجب ملاحظتها في هذا التحليل:

أولاً: تعني فرضية اقتصاديات الحجم بعدد المنشآت العاملة في السوق تحت ظروف معينة من الطلب وتكاليف الإنتاج، ولا تعتبر المواضيع المتصلة بأنصبة المنشآت وعلاقتها بالتركيز.

ثانياً: تركز النظرية على اقتصاديات الحجم بالنسبة لحجم السوق بدلاً عن اقتصاديات الحجم في حد ذاتها. فتحقق اقتصاديات الحجم يعني أن هناك منشآت ذات أحجام كبيرة، ولكن إذا كان حجم السوق كبيراً جداً فليس من الضروري أن يكون عدد المنشآت تحت هذه الظروف صغيراً. أخيراً، يجب مراعاة أن الفرضية تركز على التوازن في المدى البعيد، فانتقال منحنى متوسط التكاليف (LAC_1) إلى (LAC_2) قد يأخذ عدة سنوات حتى يصل بالسوق لحالة التوازن من جديد. فالتقدم التقني من شأنه مثلاً أن يساعد على تداول المنتجات الكيمائية (شحن ونقل وتخزين وتفريغ) في وحدات حجمية أكبر، مما يتيح للمنشآت تحقيق اقتصاديات الحجم في هذه العمليات. أما زيادة الإنتاج فلا يمكن أن تتم في الحال، وقد تستلزم وقتاً طويلاً لتنفيذ الإستثمارات الجديدة وإدخال التعديلات المطلوبة. وتنبىء الفرضية بحتمية الوصول إلى التوازن الجديد بعدد أقل من المنشآت ولن يتم هذا بالطبع إلا في المدى البعيد. ولهذه النقاط صلة وثيقة بترجمة دلائل ومضمون هذه الفرضية ولا تخلو هذه الفرضية من التبسيط فيما يختص بالنقطتين التاليتين (أ): يفترض فيها أن منحنى متوسط التكاليف لا بد أن يأخذ الشكل (U) بينما العديد من الدلائل تشير إلى وجود منحنيات التكاليف المتوسطة بالشكل (L)[14]. ويعكس الشكل (2-5) هذا التعديل، ويلاحظ هنا أثر اقتصاديات الحجم على متوسط التكاليف حتى يصل الإنتاج إلى (X_1) وهو الحد الأدنى للإنتاج الأمثل (minimum efficient scale (MES))، حيث ثبت متوسط التكاليف عند هذا المستوى ولا يتأثر بزيادة حجم الإنتاج عن (X_1) (وقد تبدأ المساوىء الاقتصادية للحجم في التأثير على متوسط الإنتاج عند مستوى عالٍ من الإنتاج. وبناء على هذا التعديل فإن اقتصاديات الحجم

يمكن أن تضع حداً أدنى لتركيز السوق تحت المنافسة الحرة ويعني ذلك $(X_1/D_1) \geq (1/n)$ وفي هذه الحالة فإن أحجام المنشآت قد لاتتساوى. ودون أي تحديد لتوزيع المنشآت حسب أحجامها سوف لا يكون لدينا نظرية محددة المعالم عن تركيز السوق. (ب): تزداد هذه المسألة تعقيداً إذا ما كان سعر التوازن أعلى من (P_1)، كما يمكن أن يكون الحال في أسواق احتكار القلة أو الاحتكار التام.



شكل (2-5)

فإذا كان سعر التوازن (P_2)، إذاً فإن المنشآت ذات الإنتاج غير الكفء قد تنتج بحيث يكون (X_2/D_2) هو الحد الأدنى لتركيز السوق $(1/n)$. ومن الواضح أن المسافة (X_1/X_2) التي تقيس المدى الذي يكون فيه الإنتاج تحت المستوى الأدنى للإنتاج الكفء يعتمد على حدة انحدار (LAC) أي المساويء التكلفية للإنتاج دون الحجم الأمثل.

لقد أضعف النقاش عاليه من جدوى فرضية اقتصاديات الحجم كتفسير لتركيز الأسواق. ولذلك فلا بد من تقديم فرضيات تأخذ في الحسبان تباين أحجام المنشآت والإنتاج دون الأمثل. أبسط نظرية يمكن تقديمها هنا هي أن

عند التوازن يكون هناك توزيع ثابت لأنصبة المنشآت حول نسبة الحد الأدنى للانتاج الكفء إلى حجم السوق. ومن المستبعد أن تكون هذه النظرية صحيحه كما سيتضح من نقاشنا التفصيلي في الفصل القادم. ومع ذلك فقد اتخذت كأساس للعديد من الدراسات العملية في هذا الموضوع وسيغطي هذا الموضوع باختصار عند اختبار الدلائل. ويجب ألا يغيب عن الذهن أن هذه المشكلة تعد من نقاط الضعف في الدراسات العملية في هذا الميدان.

إن المشكلة الأساسية التي تواجه دراسات فرضية اقتصاديات الحجم هي مشكلة قياس اقتصاديات الحجم. وعموماً فتقديرات اقتصاديات الحجم تتم إما في حدود ضعيفة وإما بأساليب بحثية مضنية وإما بصورة موسعة باستخدام بعض الإجراءات العفوية. وبالأسلوب الأول قام براتن Pratten (1971) (انظر كذلك Siberston 1972) بإعداد تقديرات عن اقتصاديات الحجم في 25 صناعة في الستينيات وذلك باستخدام استمارات الاستبيان وقد اختار لهذا الهدف عينة من الصناعات ذات الكثافة الرأسمالية Capital intensive، ولذا وبسبب هذا التميز فقد لا تمثل دراسته العلاقة بين اقتصاديات الحجم وتركيز السوق بوجه عام. وقد وجد براتن ارتباطاً موجباً بين الحد الأدنى للإنتاج الكفء بالنسبة لحجم السوق وتركيز السوق، كما هو متوقع في مثل هذه الصناعات كالنفط، والإسمنت والحديد، التي يتسع فيها المجال لخفض التكاليف بزيادة تركيز السوق. وعلاوة على ذلك فدلائل هذه الدراسة تشير إلى أن زيادة التركيز في الصناعات مثل الإسمنت والمولدات التربينية والأدوات الكهربائية المحلية تأتي عادة كنتيجة للمستحدثات التقنية التي تتيح الإستفادة من اقتصاديات الحجم عن طريق تقنين الإنتاج. ومن وجهة نظر براتن فهناك في المدى البعيد على الأقل تعارض حاد بين تحقيق اقتصاديات الحجم وصيانة المنافسة (1971, P-314). وكما ذكرنا مسبقاً فبالرغم من احتمال صحة هذه النتائج في بعض الصناعات، فلا يمكن التأكد من مدى إمكانية تعميمها على الصناعات الأخرى.

وقد حاولت العديد من الدراسات اختبار فرضية اقتصاديات الحجم

بالطرق الكمية. فقد قام ويز Weiss 1963 بتقدير معادلة انحدار للتغير النسبي في نسبة التركيز لأربع منشآت (Y)، لعينة مأخوذة من 85 صناعة أمريكية في الفترة (1954 - 1947) كدالة في التغير النسبي في الحد الأدنى للإنتاج الكفء إلى حجم السوق (X) في نفس الفترة. فكانت المعادلة في الصورة الخطية المبسطة.

$$Y = 70.2 + \underset{(3.14)}{0.295X} \qquad r^2 = 0.26. \qquad (2.9)$$

(قيمة t بين الأقواس). وعليه فهذه المتغيرات ترتبط إيجابياً عند مستوى (1%) ويفسر التغير في (X) 26% من التغير في (Y). وفي بريطانيا، قام هارت وكلارك Hart and Clark (1980) بتقدير معادلة الإنحدار اللوغاريتمية لـ (76) صناعة في الفترة (1968 - 1958) حيث (Y) تمثل التغير النسبي في نسبة التركيز لخمس صناعات، و (X_1) و (X_2) تمثلان التغير النسبي في الحد الأدنى للإنتاج الكفء وحجم السوق كل على حدى، بينما (X_3) تمثل التغير النسبي في عدد المصانع إلى المنشآت (كمؤشر للإقتصاديات الناتجة عن تعدد مصانع المنشأة الواحد). فكانت المعادلة المقدرة هي:

$$\log Y = 0.18 + \underset{(2.29)}{0.32 \log X_1} - \underset{(-2.77)}{0.36 \log X_2} + \underset{(1.00)}{0.35 \log X_3} \qquad (2\text{-}10)$$

$$\bar{R}^2 = 0.13.$$

وكما يتضح فإن لكل من (X_1) و (X_2) تأثيراً معنوياً على (Y) عند مستوى معنوية مقداره 1%، ولا تتوفر الأدلة للجزم بأن لـ (X_3) أي تأثير على (Y) وبمقارنة النتائج في المعادلتين (2-9) و(2-10)، نجد أن اقتصاديات الحجم كان لها تأثير أقل ببريطانيا في الفترة (1958-1968) مقيساً بـ (R^2) مقارناً بتأثيرها في الولايات المتحدة في الفترة (1947-1954).

وتنتقد كلتا الدراستين بسبب استخدامها لقيم تقديرية للحد الأدنى للإنتاج الكفء والذي أسماه ويز Weiss الحجم الأوسط (Mid-Point Size).

وتعبر عن حجم معين، المصانع التي تكبره تنتج نصف إنتاج السوق، والمصانع التي تصغره تنتج النصف الآخر. وقد أوضح ديفز Davies (1980) أن هذا المقياس قد يستخدم للتدليل على تركيز المصانع[15]. وعلى ذلك فمن المحتمل أن يؤدي التداخل بين تعريف حجم المصنع وحجم المنشأة إلى استقلال جزئي للإرتباط المشار إليه آنفاً عن النظرية موضع الاختبار. كذلك فإن الارتباط بين الخطأ في قياس هذه التقديرات وتركيز السوق قد يتسبب في المبالغة في العلاقة بين المتغيرات بالرغم من أن الخطأ في القياس بحد ذاتها يمكن أن يقلل ظاهرياً من تأثير اقتصاديات الحجم على تركيز السوق. وقد تفسر هذه الحقائق ما وجده هارت وكلارك (1980 ,p-45) من أن الـ **141** صناعة في 1968 أن التغير في المتغيرات المستقلة للمعادلة (2-10) وقد فسر 78% من التغير في درجة التركيز لخمس منشآت عبر هذه الصناعات. إنه لمن الصعوبة بمكان أن تقوم مدى أهمية الحجج في غياب المقياس الصحيح للحد الأدنى للإنتاج الكفء ولأي درجة سوف تتأثر النتائج السابقة بذلك.

بناء على هذه التحفظات فالخلاصة عند هذه المرحلة ليست بالنهائية، فمن المعقول أن نأخذ بأن هناك دلائل على تأثير التغير التقني، ويعد ذلك جزءاً من الكل. ولأن نظرية اقتصاديات الحجم تخص المدى البعيد جداً، فمن المتوقع أن نجد درجات متفاوتة من التركيز بالصناعات المختلفة التي تتفق والنظرية. أما في التغيرات في التركيز خلال عشرة سنوات أو أقل فتعود جزئياً للتغيرات التقنية ويرجع الجزء الغالب منها إلى غير ذلك من العوامل التي لم تحدد. فمن المفيد حقاً عند دراسة التغير في تركيز الأسواق أن ينصرف اهتمامنا إلى اختبار هذه العوامل ولن نبحث عن هذه العوامل هنا، بل سنقدم منهجاً عاماً وبديلاً يمكن استخدامه في تحليلها[51].

(2-3-2) المدخل اللايقيني: The Stochastic Approach:

خلافاً لما عليه الحال في المدخل السابق من اهتمام بالتركيز عند التوازن يهتم المدخل اللايقيني بمشكلة التغير الفعلي في درجة تركيز السوق.

والفكرة الأساسية لهذا المدخل هي أن عملية تغير التركيز إنما تعكس التأثير الصافي للعديد من العوامل اللايقينية والتي يمكن أن تشكل قرارات المنشآت ومعدل نموها. وضمن هذه العوامل على سبيل المثال عدد أيام العمل المفقودة بسبب الإضراب، التغيرات في سعر الصرف، ومدى نجاح الحملات الإعلانية أو حملات ترويج المنتج الجديد، ونجاح عملية الإندماج بين المنشآت والتغير في السياسة السعرية للمنافسين وغيرها من العوامل. فالنقطة المهمة من وجهة نظر المدخل اللايقيني ليس حصر هذه العوامل ولكن إن أداء المنشآت في أي فترة ربما يكون غير يقيني بسبب تفاعل هذه العوامل كلها. وعليه فمن المناسب ألا ينظر في تفاصيل هذه المؤثرات ولكن أن تطرح فروض عامة عن عملية تغير التركيز. فهذا المنهج يفترض أن عامل الصدفة يلعب دوراً جوهرياً في تفسير التغير في التركيز، وإن كانت هذه التغيرات غير عشوائية وتتبع بعض القواعد العامة. ويمكن تصميم عدة نماذج لا يقينية (Stochastic Models) ذات درجات من التعقيد، لكننا وللغرض الحالي سنكتفي بأكثرها بساطة حتى يمكننا استنباط بعض المبادىء العامة[17]. وعليه فسنفترض عدداً ثابتاً من المنشآت في سوق لا تسمح بالدخول أو الخروج أو الإندماج. الفرضية الأساسية هنا ما يسمى بقانون التأثير التناسبي (Law of Proportionate effect)، وتعنى أن كل منشأة تواجه بالتوزيع الاحتمالي للنمو النسبي وهو مستقل عن حجم المنشأة. فبناء على هذه الفرضية لا يعتمد إحتمال نمو المنشأة بمعدل P% خلال فترة معينة على الحجم الحالي للمنشأة. والعملية التي تؤيد هذا الفرض تسمى «عملية جبرات Gibrat Process (Gibrat 1931)». فالقاعدة أن يكون هناك تساوٍ في النمو التناسبي (equiproportionate growth) في مفهوم الاحتمالات وإن كانت معدلات النمو الفعلية لكل منشأة غير متساوية.

وقبل أن نتعرض لمثال مبسط دعنا نلقي الضوء في بعض النقاط، أولاً: القاعدة هنا هي النمو النسبي وليس المطلق مما يسهل من فهمها. وكما سنرى لاحقاً فهذا هو العامل الذي منح الإنحراف الموجب لتوزيع

المنشآت بحسب أحجامها وهي من الخواص المرغوبة عملياً. **ثانياً**: كما ستوضح فيما بعد فعملية جبرات تزيد من ميل التركيز للزيادة المتصلة على مدار الزمان وذلك بزيادة تباين أحجام المنشآت بالمعادلة. فهنا ينصب الاهتمام على تباين أحجام المنشآت وعلاقته بتركيز السوق، وليس على عدد المنشآت كما هو الحال في القسم السابق. ويجب أن نلاحظ هنا أن هذه الخاصية لعلاقة جبرات لا تعتمد أساساً على تأثير النمو النسبي فضلاً عن النمو المطلق ولكنها تعتمد على حدوث أي تباين في معدل نمو المنشآت طالما كانت احتمالات هذا النمو مستقلة عن الحجم[18].

ولمزيد من الفهم، دعنا نتناول المثال المبسط التالي والذي صممه بريز. يفترض هنا عدداً ثابتاً من 128 منشأة متساوية في الحجم أساساً، و100 عامل في كل منها. ولنفترض أن احتمال أن تستمر كل منشأة على ذات الحجم هو 50%، أو أن احتمال أن تنمو بمعدل (11/10) هو 25%، وان احتمال أن تتناقص في حجمها بمعدل (10/11) هو 25%. بناء على هذه الفروض فإن توزيع المنشآت حسب أحجامها (مقربة لأرقام صحيحة) ولعدة حالات يكون كالآتي:

عدد العاملين

	121	110	100	91	83
السنة 0			128		
السنة 1		32	64	32	
السنة 2	8	32	48	32	8

في السنة (1)، نصف عدد المنشآت تبقى دون تغيير في أحجامها وربع المنشآت تنقص حجمها إلى 91 عامل والربع الآخر يزيد حجمه إلى 110 عامل. في السنة (2) وبنفس الاحتمالات، وبالاستقلال عن الحجم

في السنة الأولى نجد نفس عملية النمو فمثلاً المنشآت ذات الحجم 91 في السنة الأولى انقسمت إلى 16 بذات الحجم و 8 نقصت في حجمها إلى 83 (11/10 × 91) و 8 زادت حجمها إلى 100 عامل. ويمكن تطبيق نفس التقسيم بالنسبة للمنشآت ذات الـ 100 عامل، و 110 عامل في السنة الأولى. وبالنظر للتوزيع في السنة الثانية، ولأن للمنشآت فرص متساوية للنمو أو التضاؤل النسبي فإن المنشآت الكبيرة تميل إلى النمو بقدر مطلق أكبر مما هو الحال بالنسبة للمنشآت الصغيرة. وبمعنى آخر يصبح التوزيع مفلطحاً إلى اليمين (positively skew)، ويمكن إثبات أن التوزيع يقترب من توزيع اللوغاريتمي المعتدل في النهاية.

وبالرغم من بساطة المثال، فهو يعطي الخاصية الرئيسية للنظرية. ويمكن التعبير عنها بصورة عامة للمنشآت كالآتي:

$$\frac{x_t - x_{t-1}}{x_{t-1}} = \varepsilon_t \qquad (2.11)$$

حيث أن E_t هو حجم المنشأة في السنة وعليه يعبر المقدار على يسار المعادلة عن النمو النسبي لحجم المنشآة في هذه الفترة و (μ_t) هو متغير عشوائي بمتوسط (m_t) وتباين (S^2_t). إذا تحققت (2-11) في كل لحظة زمنية وكانت كل (μ) مستقلة عن بعضها البعض وعن كل (X_t) ففي النهاية يتوزع ($t \to \infty$) $\log X_t$ توزيعاً معتدلاً بمتوسط (m_t) وتباين (S^2_t) . فإذا حققت جميع المنشآت بالصناعة المتساوية (2-11) فإن توزيع المنشآت بحسب أحجامها سيتبع التوزيع اللوغاريتمي المعتدل. ولما كان تباين لوغاريتم أحجام المنشآت يزيد بمرور الزمن فمن المتوقع كذلك أن يزيد تركيز السوق لعدد ثابت من المنشآت. وعلاوة على ما تقدم من نقاش فسنورد فيما يلي ثلاثة تعليقات إضافية: **أولاً**: بالرغم من إمكانية تطوير بعض النماذج الأكثر تعقيداً عن النموذج المبسط الذي استخدمناه، إلا أنها ولاعتمادها على علاقة جبرات فلا بد أن تأتي بتوزيع لأحجام المنشآت يقارب إن لم يطابق تماماً التوزيع

اللوغاريتمي المعتدل. وهذا هو العامل الأساسي الذي يرجح استخدام المدخل اللايقيني في نظرية تركيز الأسواق لأن هذه الخاصية هي السمه المميزة لمعظم التوزيعات العملية لأحجام المنشآت. فالصناعات تشتمل في أغلب الحالات على أعداد هائلة من منشآت صغيرة وأعداد صغيرة من منشآت كبيرة الحجم مما يعطي خاصية التفلطح الموجب لتوزيع أحجامها. وتكرار ظهور هذا التوزيع وبصفة منتظمة يؤكد تحقيق علاقة جبرات، وإن كانت بالطبع لا تعكس كل الحقيقة. **ثانياً**: من المهم بمكان ملاحظة استقلال العلاقة عن حجم المنشآت وبافتراض النظرية لاستقلال احتمالات معدل النمو النسبي عن حجم المنشأة، فإن النظرية لا تستجلب بأي حال من الأحوال لإثبات احتمال زيادة التركيز بافتراض مزايا حجمية للمنشآت الكبيرة، على عكس الحال في نظرية اقتصاديات الحجم التي تعطي المنشآت كبيرة الحجم ميزة انخفاض متوسط التكاليف. ولكن وفقاً لهذه الفرضية يزيد تركيز السوق بطريقة غير مؤكدة حتى ولو كانت المنشآت جميعها ذات حجم متماثل. أما إذا توفرت بالفعل بعض اقتصاديات الحجم التي تبعث على نمو المنشآت الكبيرة بالنسبة للصغيرة، فسيكون في هذا سبباً إضافياً لتوقع زيادة التركيز. أخيراً، فبينما هناك عدة مؤثرات من شأنها أن تبطىء أو تعجل من عملية تغير التركيز. فقد لا تكفي سياسة عدم التدخل حماية المنافسة بالأسواق المختلفة. وفي الحقيقة يمكن موازنة ميل التركيز للتزايد (وفقاً لعلاقة جيبرات)، إذا دخلت أعداد كافية من المنشآت إلى السوق، أو إذا نمت المنشآت الصغيرة بمعدلات تفوق نمو المنشآت الكبيرة في المتوسط. وفي مقابل هذه العوامل فلدينا نقص في عدد المنشآت بالإفلاس أو الإندماج، كما أن للمنشآت الكبيرة عادة مزايا ملموسة على الشركات الصغيرة. فالتفوق الهائل للإندماج على حالات تفتت المنشآت يولد قوة مرجحة لزيادة التركيز، عن طريق الزيادة في حجم المنشآت المصحوب بنقص في أعدادها. وقد كانت هذه العوامل الشائعة خاصة في بريطانيا في الستينيات. وفي داخل عملية الإندماج بين المنشآت نجد أن النمو الداخلي المتميز للمنشآت يسهم أيضاً وبصفة دائمة في زيادة التركيز. ويعني ذلك إن في المدى البعيد،

وعلى الأقل للإبقاء على التزام حماية المنافسة، فلا بد من سياسات ليس فقط للحد من الإندماج بين المنشآت بل لمساعدة ومساندة المنشآت الصغيرة.

(2-4) ملخص واستنتاجات: Summary and Conclusions:

تناول هذا الفصل مقاييس تركيز السوق، ودلائل وصفية عن المستويات والإتجاهات الزمنية للتركيز وبعض نظريات تركيز السوق. أما بالنسبة للمقاييس فلقد وجدنا أن هناك عدداً من المقاييس وقد نوقشت بعض خصائصها وعلاقاتها ببعضها البعض. وبعد ذلك، وباستخدام نسبة التركيز كمقياس لتركيز السوق، تم اختبار مستويات التركيز واتجاهاتها الزمنية للقطاع الصناعي ببريطانيا. وقد اتضح من ذلك وجود زيادات معنوية في تركيز السوق في فترة ما بعد الحرب وخاصة في الفترة (1958-1968)، بالرغم من الاستقرار الظاهري للتركيز خلال السبعينات. وقد تسببت العديد من العوامل في هذه التغيرات وبدلاً عن تعديد هذه العوامل منفصلة تم باختصار عرض بعض المناهج لتفسير التغيرات في التركيز وذلك في مبحث (2-3). ويوحي ذلك بأنه وبينما تعد العوامل التقنية سبباً في الانتشار الواسع لمستويات التركيز بين الصناعات فإن عوامل اللايقين قد تعد هي الأخرى مهمة للتغير في التركيز. وقد يعني ذلك أيضاً أن التدخل الحكومي الإيجابي يعد مرغوباً لكي يمكن الحفاظ على المنافسة بالاقتصاد البريطاني في المدى البعيد.

ومن المحتمل وعلى الأقل في الستينيات أن تكون الزيادة في التركيز مرتبطة بنشاط الدمج بصفة خاصة، وكذلك بالإختلاف في معدلات النمو الداخلي للمنشآت (Hart and Clark 1980). ففي السبعينيات أدى الإنخفاض العام في العوائق الجمركية ودخول بريطانيا للسوق الأوروبية المشتركة، والزيادة في تكلفة وحدة العمل ببريطانيا أدت جميعها إلى زيادة الواردات الصناعية، وبالتالي إلى زيادة المنافسة على الأقل في بعض

الصناعات البريطانية (Utton 1982). والتساؤل عما إذا كانت هذه العوامل هي السائدة من بين القوى التي أدت إلى زيادة التركيز في السبعينيات (وكذلك في السنوات المبكرة من الثمانينيات) يعد أمراً غير مؤكد في الوقت الحاضر (انظر قسم 2-2-2) بل ويجب أن ننتظر المزيد من البحث قبل أن تصبح لدينا رؤية أوضح عن الإتجاهات الزمنية لتركيز السوق في هذه الحقبة الحديثة.

ملاحظـات:

(١) انظر كويل Cowell (1973) لمزيد من النقاش الممتاز عن هذه القضايا وغيرها مما يتعلق بهذا المبحث.

(٢) في الحقيقة فقد طور هانا وكاي Hannah and Kay معالجة حسابية متقدمة لهذه المشكلة (1977, pp. 52 - 5) والتي تتضمن سبع شروط في مجموعها. عرضنا الأربعة الأولى منها فقط هنا. كما أن هناك مجموعة من الشروط البديلة قدمها هول وتيرمان.

(٣) يحاجج هارت Hart (1975) بأن على سبيل المثال، الدمج بين منشأتين ذات أحجام متوسطة بالسوق قد يعادل القوة السوقية لمنشأة كبيرة مما يزيد المنافسة بالسوق. ولذا ففي هذه الحالة يتضح فشل التركيز كمؤشر للقوة السوقية.

(٤) لمزيد من النقاش المكتمل عن مقاييس التركيز والمواد الأخرى بهذا الفصل، يمكن الاطلاع على كاري وجورج Curry and George (1983).

(٥) للخلفية التاريخية للمؤشر يمكن الاطلاع على هيرشمان Hirschman (1964).

(٦) من تعريف الأرقام المكافئة numbers equivalent هناك رقم معين للمنشآت متساوية الحجم (m)، بحيث إن:

$$\sum_{i=1}^{m} (1/m)^{\alpha} = R_0$$

هي القيمة المتحصل عليها لـ R لذا:

$$HK = R_0^{1/(1-\alpha)} = [m(1/m)^{\alpha}]^{1/(1-\alpha)} = m.$$

لاحظ أن (HK) في هذه الصيغة هو معكوس قياس التركيز:

(٧) أحد المناهج البديلة، والتي أيضاً تدخل المرونة في مقاييس التركيز، جاء بها حديثاً ديفيز (Davies (1980 a (اطلع أيضاً على Davies 1979 b) المؤشر (U) لديفز يوزن وبصورة واضحة الاختلافات في أحجام المنشآت بالنسبة لأعدادها ويسمح هذا المنهج بالتقدير المباشر لتأثير الإعداد والحجوم النسبية للمنشآت في الدراسات العملية للهيكل - والسلوك الإداري - والأداء.

(٨) تم إعداد مؤشرات انتروبي Entropy على وجه الخصوص في إطار نظرية المعلومات، وفي صفتها العامة تتضمن مؤشرات أخرى مثل مؤشر (H) كحالة خاصة ونتناول هنا انتروبي من الدرجة الأولى (لمزيد من التفصيل يلزم الاطلاع على هارت (Hart 1971, 1975). ولهذا المقياس بعض السمات الرياضية المرغوبة والتي تجعله نافعاً في بعض الدراسات النظرية. وفي جاكويمين ودي جونك (Jacquemin and de Jong 1977 a) بعض النقاش الموجز.

(٩) اطلع على هيور (Hewer (1980. زادت الواردات الصناعية في مجموعها من 16.6% من الطلب المحلي (1970) إلى 25.8% في (1979). خلال نفس الفترة، زادت الصادرات بالنسبة للمبيعات الصناعية من 18.1% إلى 24.3%.

(١٠) تحت التصنيف القياسي الصناعي المعدل (1980) قدم مصطلح جديد يحل محل المسميات القديمة والتي تشمل (MLH Industry) لتفادي التعقيدات تستخدم مصطلح الرقمين والثلاثة أرقام... إلخ، والملاحظ أسفله فيما يلي.

(١١) أقر آتون Utton أيضاً تعديلات للعينة التي أخذها من الصناعة 1963, 1958 ويؤدي ذلك أيضاً لخفض مستويات التركيز في تلك السنوات ولكن التأثير على الإتجاهات الزمنية للتركيز يعد أقل إثارة عنه في السبعينيات. في الفترة (1968 - 1958) ارتفع التركيز المعدل بحوالي 6.5% مقارناً بـ 8.3% لغير المعدل (جدول Utton, 1982, 3) ويعني

ذلك أن تعديلات التجارة الخارجية كان لها أهمية أكثر في المتوسط قبل سنة (1968) ويمكن أن نخلص لذات النتيجة من دراسة كانـون Cannon (1978).

(١٢) أي أن يحسب آتون Utton نسبة التركيز المعدلة كالآتي:
$C_A = Q_5/(Q+M)$ حيث أن (Q_5) الناتج المحلي لأكبر خمس منشآت، و (Q) هو مجموع الناتج المحلي، و (M) مجمـوع الواردات كنقـطة فنية، يجب ملاحظة أن هذه الصيغة غيـر صحيحة (حسب فـروض آتون) عندما تكون الصادرات (X) موجبة للصناعة. فالصيغة الصحيحة في هذه الحالة هي:

$$C'_A = Q_5 \Big/ \left(Q + \frac{MQ}{Q-X} \right)$$

وقيمتهـا أقل من (C_A) عنـدما تكـون كل من (X)، (M) مـوجبتين. وعليهفمتوسط مستويات التركيز يجب أن يكون أقل من تلك التي أعلنها آتون.

(١٣) لقـد تبينت هذه النقـطة لأتون، لكنـه يعتقد بنـاء على بعض تحاليل الحساسية (جدول 4 ,1982) أن التركيز يستمر في الانخفاض في الفترة (1975 - 1968) حتى ولـو أخذ في الاعتبـار بعض الواردات بـواسـطة المنتجين الرواد.

(١٤) لنقاش هذه النقطة والقضايا الموسعـة المرتبـطة باقتصـاديات الحجم يجب الاطلاع على شيور فصل 4 Scherer 1980m.

(١٥) حجة مماثلة تنطبق على المقياس التقريبي للحد الأدنى للإنتاج الأمثل MES الذي افترضه كومانور وويلسـون Comanor and Wilson (1967) والذي يشمل الحجم المتوسط للمنشآت أعلى من حجم المنشـآت عنـد نقطة المنتصف: اطلع على ديفـز Davies (1980 b). المقيـاس الذي اقترحه ليونز Lyons (1980) حديثاً قد يكـون أقل تعـرضاً لهـذا النقد.

(١٦) تم فحص عـدد من العوامـل الأخرى. لمـزيـد من التفصيـل يجب الاطلاع على المسح الـذي أعده كـري وجورج Curry and George (1983).

(١٧) بعض المراجع النافعة عن المنهج اللايقيني تشمل هارت وبريز Hart and Prais (1956) سيمون وبونيني Simon and Bonini (1958) وايجيري وسيمون Ijiri and Simon (1977).

(١٨) هناك نقاش مطول لهذه النقطة وغيرها في بريز (فصل 2 ,Prais (1976، إنني شاكر للأستاذ بريز على نصائحه في كتابة هذا المبحث، وخاصة لسماحه لي استخدام أمثلته العددية في الرسم البياني.

(١٩) يمكن الاطلاع على ديفر وليونز Davies and Lyons (1982) عن الإسهام الحديث الذي أدى إلى إخراج هذا النموذج.

الفصل الثالث
النظرية السعرية لاحتكار القلة
OLIGOPOLY PRICE THEORY

يبحث هذا الفصل في مشكلة تحديد السعر في سوق احتكار القلة. في المبحث الأول نستعرض النظريات السعرية لأسواق احتكار القلة، بداية من نظرية كورنت COURNOT وإلى أحدث مناهج نظرية المباريات Game Theory. ونتناول في ذلك عدة حلول ممكنة للمشكلة تتراوح بين حل المنافسة وحل الاحتكار التام (أو تعظيم أرباح الصناعة). وبالمقابل، يأخذ المبحث الثاني الحل الاحتكاري كأساس ومن ثم نبحث في الأسباب التي قد تمنع المنشآت التي تنشد تعظيم الربح من تنسيق أعمالها لتعظيم أرباحها المشتركة. ويثير ذلك العديد من المسائل العملية في تحديد الأسعار فيما يتصل باللايقين والتعقيدات الموجودة بالسوق، والتي تشكل فيها الأمور الهيكلية والقانونية جزءاً متكاملاً.

(3-1) المناهج النظرية: Theoretical Approaches:

نبدأ هنا باستعراض بعض المناهج النظرية البديلة لمشكلة احتكار القلة. وحتى يتسنى لنا استنباط المبادىء الأساسية للمشكلة، سنستعين هنا بالنماذج المبسطة لمنشآتين متنافستين أو الاحتكار الثنائي doupoly يعتمد قرار

كل منها بالسوق على قرار الآخر. وتلقى هذه الحالة الضوء على أهم خصائص سوق احتكار القلة، ألا وهي أن كل منشأة تعرف تماماً أن أرباحها تعتمد على سلوك المنشأة المنافسة بالإضافة لقراراتها الذاتية. ولذلك ففي حالة المنافسة بين منشأتين تصبح مشكلة التسعير مسألة استراتيجية لتحديد السياسة التي تضمن أعلى ربح آخذة في الاعتبار السياسة السعرية للمنشأة المنافسة. وكما هو الحال في معظم المشاكل الاستراتيجية، فهناك العديد من الحلول التي تعتمد على استراتيجية الأطراف المشتركة وطريقة تنفيذها.

في القسم الأول (3-1-1) سنعرض بعض النظريات التقليدية لاحتكار القلة والتي تعكس تعدد الحلول المشار إليها عاليه. وبالرغم من عدم إمكانية اعتبار أي منها كنظرية لاحتكار القلة إلا أن من المفيد بمكان أن تستخدم إحدى هذه النظريات كتبسيط مناسب لمزيد من الدراسات النظرية في الاقتصاد الصناعي. وعليه فمن الأفضل أن نتعرف على هذه النظريات حتى يتيسر لنا فهم الدراسات التي سنشير إليها لاحقاً في هذا الكتاب. ثانياً: في القسم (3-1-2) نتعرض لنموذج منحنى الطلب المنكسر لاحتكار القلة، وكما سنرى فإنه يعالج مسألة تختلف عن تلك التي نوقشت في النماذج السالفة. وأخيراً في القسم (3-1-3) نناقش وبشيء من الاختصار بعض الموضوعات الرياضية المتعلقة بنظرية المباريات.

(3-1-1) النظريات التقليدية: Traditional Theories:

نموذج كورنوت Cournot's Model: تعد دراسة الاقتصادي الفرنسي كورنوت Augustin Cournot (1938)، الدراسة الرائدة في مجال التسعير في سوق احتكار القلة. ويفترض في هذا النموذج أن كل منشأة تعمل على تعظيم أرباحها بفرض ثبات إنتاج المنشأة المنافسة على حاله.

ويمكن تصوير نموذج كورنوت بمنشأتين (2 ,1) تعملان في السوق على انتاج سلعة متجانسة، ويفترض تساوي المنشأتين في التكلفة الكلية للوحدة (C) وأن طلب السوق تمثله المعادلة الخطية ($P = \alpha - BX$) (حيث أن (P)

هو سعر السوق، و (X) إجمالي الإنتاج للمنشآتين أو للسوق، و (B, α) ثوابت موجبة. وعليه فالمنشأة رقم (1) تريد تعظيم أرباحها:

$$\pi_1 = px_1 - cx_1 \qquad (3.1)$$

والشرط الضروري لتعظيم الربح هو[1]:

$$p + x_1 \frac{dp}{dx}\left(1 + \frac{dx_2}{dx_1}\right) - c = 0. \qquad (3\text{-}2)$$

وللمقــدار $\frac{dx_2}{dx_1}$ دوراً أساسي في حل هذه المعادلة ويطلق عليه التغيرات الحدسية Cojectural Variations للمنشأة رقم (1). وتقيس توقعات المنشأة رقم (1) للتغير في إنتاج المنشآة المنافسة رقم (2) كرد فعل لأي تغير حدي صغير في إنتاجها، ويفترض في نموذج كَورنوت أن كل منشأة لا تتوقع أي تغير في إنتاج منافسيها كرد فعل للتغير في إنتاجها ويعني ذلك أن $dx_2/dx_1 = 0$ و $dx_1/dx_2 = 0$. ويجب التذكير بأن هذا كله يتعلق بتوقعات كل منشأة ولا يعني أن يطابق رد الفعل الحقيقي للمنافسين.

المنشأة رقم (2) أيضاً لها شرطها الضروري لتعظيم الربح وهو:

$$p + x_2 \frac{dp}{dx}\left(1 + \frac{dx_1}{dx_2}\right) - c = 0. \qquad (3.3)$$

بمراعاة أن: $\frac{dX_1}{dX_2} = 0$

من معادلة منحنى الطلب يمكننا جمع المعادلتين (3-3) ,(3-2) لنحصل على:

$$2\,(p - C) - \beta\, x = O \qquad (3.4)$$

وباستبدال (P) بقيمتها من معادلة الطلب وإعادة ترتيب الرموز يمكننا الحصول على معادلة للكمية وأخرى للسعر في حالة توازن السوق كالآتي:

$$x = \frac{2(\alpha - C)}{3\beta} \quad (3.5)$$

$$\bar{P} = \frac{\alpha + 2C}{3} \quad (3.6)$$

وهي معادلات كمية وسعر توازن السوق لنموذج كورنوت بفرض تعظيم الربح وعدم وجود تغيرات حدسية من المنشآتين.

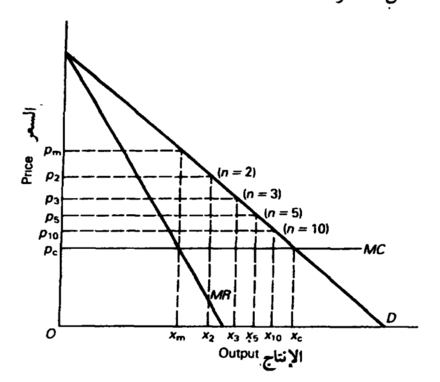
وتقع كل من الكمية والسعر المعرفتين في (3-6)، (3-5) بين الكمية والسعر للمنافسة التامة والاحتكار التام. فمن السهل إدراك أن الكمية المنتجة تحت ظروف الاحتكار هي $[X_m = (\alpha - c)/ 2B]$ والسعر هو $p_m = (\alpha + c)/2$, . وللمنافسة التامة $[X_c = (\alpha - C)/B]$ والسعر هو $P_c = C$[2]، وعليه، فبينما ينتج المحتكر نصف ما تنتجه المنافسة التامة حتى يعظم أرباحه، فالمنشآتان في نموذج كورنوت تنتجان ثلثي إنتاج المنافسة التامة (ثلث لكل منشأة) ولذلك تفشل المنشآتان في فرض سعر عالٍ كما هو الحال في الاحتكار التام، مما يجعل مجموع أرباح المنشآتين أقل من أرباح المحتكر. وبالإمكان أيضاً إثبات أنه في حالة (n) منشأة فنموذج كورنوت يحقق كمية وسعر توازن السوق على النحو التالي:

$$x = \frac{n(\alpha - C)}{(n + 1)\beta} \quad (3.7)$$

$$\bar{p} = \frac{\alpha + nc}{n + 1} \quad (3.8)$$

فإذا زادت (n) عن منشأتين، زادت الكمية وانخفض السعر حتى يقترب في النهاية من سعر المنافسة التامة. ويلاحظ أن دخول منشآت جديدة إلى الصناعة يخفض من السعر ويقلل من القوة الاحتكارية للمنشآت الموجودة أصلاً في الصناعة ولكن بمعدلات متناقصة.

ويوضح الشكل رقم (3-1) النتائج المتوقعة للتوازن في سوق يتبع نموذج كورنوت بعدد (10, 5, 3, 2) منشآت. وكما نرى، فثلاث منشآت في نموذج كورنوت تحقق السعر (P_3) **وينصف الفرق بين سعر الاحتكار** (P_m) وسعر المنافسة (P_c)، ويلاحظ أن إضافة عدد أكبر من المنشآت سوف يكون له تأثير أقل على خفض السعر. وبتزايد عدد المنشآت إلى ما لا نهاية ينخفض السعر ليقترب من سعر المنافسة التامة. وهي من الميزات المهمة لنموذج كورنوت حيث تتفق والفكرة البديهية بأن زيادة عدد المنشآت لا بد أن يؤدي لانخفاض السعر[3].



شكل رقم (3-1)

ويرتكز نموذج كورنوت على أسس غير مؤكدة، ولكن بالرغم من أن افتراض عدم وجود تغيرات حدسية يعد افتراضاً جزافياً، فإن هذا الفرض لا يتفق وحقيقة ردود الفعل الموجودة بالنموذج. فمثلاً، بينما تقوم كل منشأة بتحديد مستوى الإنتاج الذي يعظم الربح بفرض عدم تغير مستوى الإنتاج في

المنشأة المنافسة، ففي حالة عدم التوازن (disequilibrium) ستستجيب المنشآت المنافسة بتغيير مستوى إنتاجها مما لا يتفق وهذا الافتراض. ولذا فمن المتوقع أن تتعلم المنشآت من ذلك فتصحح من توقعاتها وتحاول أخذ هذه المعلومات في الاعتبار عند اتخاذ قراراتها[4].

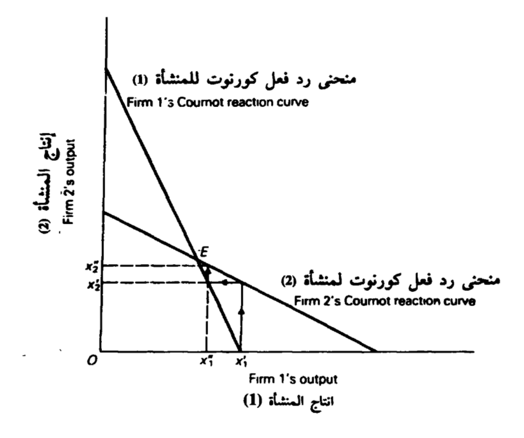
ويمكن التدليل على صحة هذه النقطة بطريقة أكثر وضوحاً إذا ما استخدمنا ما يعرف بمعادلات كورنوت لرد الفعل (Cournot reaction functions). وتعبر عن الإنتاج الأمثل للمنشأة (1) كدالة لإنتاج المنشأة (2) والعكس بالعكس. فمن المعادلتين (3-3)، (3-2) يمكننا كتابة معادلات رد الفعل كالآتي:

$$x_1 = \frac{\alpha - C}{2\beta} - \frac{x_2}{2} \quad (3\text{-}9)$$

$$x_2 = \frac{\alpha - C}{2\beta} - \frac{x_1}{2} \quad (3\text{-}10)$$

وقد رسمت هاتان المعادلتان في الشكل (3-2) ويقع توازن كورنوت عند نقطة تقاطع الدالتين (E)، وتعني أن إنتاج كل منشأة عند (E) يمثل أفضل استجابة لإنتاج المنشأة المنافسة.

وبالرغم من أن هذا النموذج يعتبر ساكناً إلا أنه يعكس عملية التعديل الحركي (dynamic adjustment process)[5]. دعنا نفترض أن المنشأة (2) في البداية لا تنتج شيئاً وأن المنشأة (1) تنتج (X_1^1) كما هو موضح بالشكل (3-2). فإن المنشأة (2) ستقرر إنتاج (X^1_2) اعتقاداً بأن المنشآة (1) ستبقي إنتاجها عند (X_1^1) كما يوضح منحنى رد الفعل للمنشآة (2). وهنا تستجيب المنشأة (1) بأن تنقص إنتاجها إلى (X^{11}_2) اعتقاداً منها بأن إنتاج المنشأة (2)، سيبقى على حالة عند (X^1_2). والآن يأتي دور المنشأة (2) التي تزيد إنتاجها إلى (X^{11}_2) وتستمر هذه العملية إلى أن تصل إلى توازن كورنوت عند النقطة (E). في كل خطوة تقرر المنشأة مستوى الإنتاج الذي يعظم أرباحها على افتراض أن



شكل رقم (3-2)

انتاج المنشأة المنافسة سيظل ثابتاً على ما هو عليه، وفي كل خطوة يثبت عدم صحة هذا التوقع. ويبدو عجز المنشأتين عن التعلم من هذا الدرس المتكرر وبالتالي عجزها عن الإستفادة من المعلومات التي تتولد من عملية التعديلات السوقية.

ويمكن وبطريقة محددة الدفاع عن نموذج كورنوت:

أولاً: يمكن القول بأنه إذا كانت عملية التعديلات تتم بشكل عاجل، فعندئذ حتى لو تحركت المنشآت بسرعة إلى موضع بالقرب من E، فقد لا تجد الوقت الكافي لتكيف سلوكها قبل أن يصل السوق إلى حالة التوازن (فريدمان Friedman, 1977, P. 37)، في هذه الحالة فقد تفضل المنشآت الاستقرار في حالة توازن السوق عن السعي وراء المزيد من المنافسة.

ثانياً: يمكن اعتبار حالة التوازن كحالة واحدة ضمن عدد كبير من

حالات التوازن مما يجعلها كنقطة الاتكاز (bench mark). ولمزيد من التحليل، انظر مناقشة احتكار القلة العام في الملحق (3-2). وكلتا الحجتين يمكن أن تحظى ببعض القبول، بالرغم من عدم نجاحها في تبرير عدم منطقية فروض هذا النموذج، وسنرجيء نقاش هذه المسألة حتى نهاية هذا المبحث.

نموذج بيرتراند: Bertrand's Model:

كان بيرتراند من أوائل من نقدوا كورنوت وذلك في (1883)، مدعياً أن المنشآت قد تهتم بأسعار المنافسين وليس بمستوى إنتاجهم فتتوقع ثباتها. ولهذا الاقتراح تأثير جذري على توازن السوق في حالة المنتج المتجانس. فمثلاً إذا حددت المنشآت في إحدى الأسواق سعراً مرتفعاً في البداية، واتبعت إحدى المنشآت نموذج بيرتراند فإنها تتوقع أن تستحوذ على السوق إذا ما خفضت سعرها بفرض ثبات أسعار المنشآت المنافسة على ما هي عليه. فإذا فكرت جميع المنشآت بنفس الأسلوب لانخفضت أسعارها إلى أن تصل لمستوى تكلفة الوحدة تحت المنافسة الحرة. وعلى ذلك فإن السوق يصل إلى توازن بيرتراند عند سعر المنافسة التامة حيث لا يكون هناك إمكانية لأي خفض في الأسعار بعد ذلك. وعلاوة على ذلك فإن هذا التوازن يمكن الوصول إليه بأي عدد من المنشآت بل ولو بمنشأتين فقط[6].

فمن وجهة نظر بيرتراند، فإن المنشآت المدركة لهذه العواقب، سوف تفضل الإندماج أو على الأقل تنسيق أعمالها حتى تعظم الأرباح الجماعية. وسوف نناقش ذلك بشيء من التفصيل فيما بعد. أما الآن فيجب أن نلاحظ أن ما توصل إليه بيرتراند من أن حرب الأسعار ستصل بالسوق إلى سعر المنافسة التامة، هذا الاستنتاج يعتمد في صحته على فرضية تجانس المنتج. فإذا انتجت المنشآت منتجات متميزة بشكل لا يفقد المنشآت ذات السعر المرتفع كل مبيعاتها، فإن من الممكن أن يصل السوق إلى توازنه عند سعر

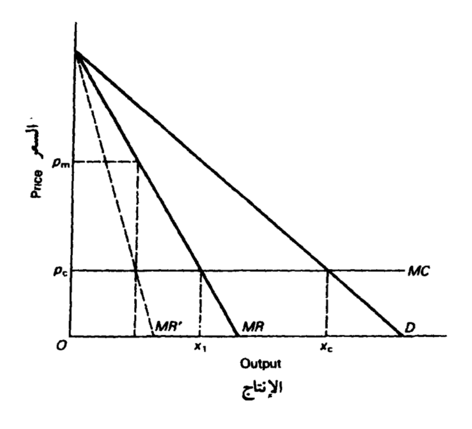
يفوق سعر المنافسة التامة[7]. وفي الواقع ففي حالة النماذج السعريـة للمنتجات المتميزة تكون النتيجـة أقرب كثيـراً إلى نموذج كـورنوت منهـا إلىٰ نموذج بيرتراند.

نموذج ادجوارث: **Edgworth's Model:**

نموذج ادجوارث (1925) يتفق مع نموذج بيـرترانـد في افتراض عـدم وجود تغيرات حدسية في السعر (zero conjectural variations) لكنه يختلف معه حيث يفترض استحالة استحواذ منشأة واحدة على كل السوق، فمثل هذه القدرة لا تتوفر لأي من المنشآت منفردة، وبالتالي لن يصل السوق إلى سعر المنافسة التامة، وللتبسيط دعنا نفترض أن كل منشأة لديها القدرة على إمداد نصف طلب السوق عند سعر المنافسة التامة. إذ بالإمكـان الوصـول لحل بيرتراند (شكل (3-3)). والآن سيتضح للمنشأة (1) مثلاً أن المنشأة (2) والتي تنتج (X_1 X_c) بأقصى طاقتها الإنتاجية سوف لن تتمكن من زيادة إنتاجها إذا ما أقدمت المنشأة (1) على تحديد سعر أعلى من (Pc). وبفرض تساوي توزيع المشترين بين المنشأتين فستصبح المنشأة (1) محتكراً يواجه منحنى الطلب (MR) في شكل (3-3). لذلـك فستحقق أقصى ربح بـالإنتاج عنـد تقاطـع (MR′) منحنى الإيراد الحدي مع (MC) منحنى التكلفة الحدية وبرفع السعر إلى (P_m). وبافتراض أن دالة الطلب خطية وتكلفة الإنتاج الحدية ثابتة فإن (P_m) هو سعر المحتكر التام للسوق ـ والآن تستجيب المنشأة (2) برفع السعر إلى أي مستوى أقل من (P_m) فتستحوذ على السوق كله (والذي يمكنها إمداد الجزء الأكبر منه وفقاً للطاقة الإنتاجية المفترضة). وهنا نبدأ حرب الأسعار وعند مستوى معين بين (P_m) و (P_c) يصبح من المربح للمنشأة أن ترفع سعرها إلى (P_m) عن استمرارها في هذه الحرب. ولا يوجد سعر للتوازن في نموذج ادجورث بل ويكون السعر متأرجحاً بين (P_m) و (P_c) لفترة غير محددة.

نموذج ستاكلبرج: **Stackelberg's Model:**

في سنـة (1934) قدم الاقتصـادي الألماني هينـرنش فون ستـاكلبـرج

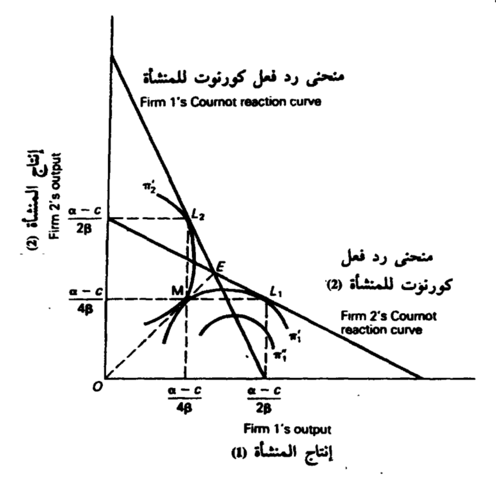


شكل رقم (3-3)

Stackelberg تحليله لحالة الدليل والتابع في سوق المنافسة بين منشأتين، ولكل منشأة في هذا النموذج الاختيار بين أن تلعب دور المنشأة الدليل أو المنشأة التابعة. المنشأة التابعة في هذا النموذج تمثل منشأة في نموذج كورنوت فهي ببساطة تحدد حجم الإنتاج الذي يعظم الربح باعتبار أن إنتاج المنشأة المنافسة سيظل ثابتاً دون تغيير. أما المنشأة الدليل أو الرائد فتتوقع أن تسلك المنشأة المنافسة مسلك التابع وهي تعظم أرباحها على هذا الأساس، ويفترض النموذج أن تسلك كل منشأة مسلكها كدليل أو كتابع وأن تختار دورها على أساس تعظيم الربح.

بفرض دالة خطية للطلب بالسوق، وثبات تكلفة الإنتاج كما سبق، يمكن تصوير نموذج ستاكلبرج بيانياً باستخدام منحنيات السواء للربح (isoprofit Curves) شكل (3-4). ومنحنى السواء للربح للمنشأة (1) مثلاً، يوضح جميع التوليفات الانتاجية (X_1, X_2) التي تعطي نفس المستوى من الربح للمنشأة (1).

فالمنحنى الواحد مثل (π_1) مقعد بالنسبة للمحور الأفقي وله نقطة نهاية عظمى عند تقاطعه مع منحنى كورنوت لرد الفعل للمنشأة (2). ويمكن رسم المزيد من هذه المنحنيات بحيث يعبر أقربها للمحور الأفقي عن أعلى ربح ممكن. فالمنحنى (Π''_1) وهو أحد هذه المنحنيات يمثل مستوى من الأرباح أعلى من المنحنى (Π'_1) للمنشأة (1). وبالمثل يمكن رسم منحنيات تساوي الربح للمنشأة (2) بالنسبة للمحور الرأسي، و (Π'_2) يمثل إحدى هذه المنحنيات[8].



شكل رقم (3.4)

وفي الشكل (3-4) نقطة (E) تمثل نقطة توازن كورنوت، وتمثل نقطة (M) نقطة تعظيم الأرباح الكلية للصناعة. دعنا نفترض أن المنشأة (1) ستأخذ

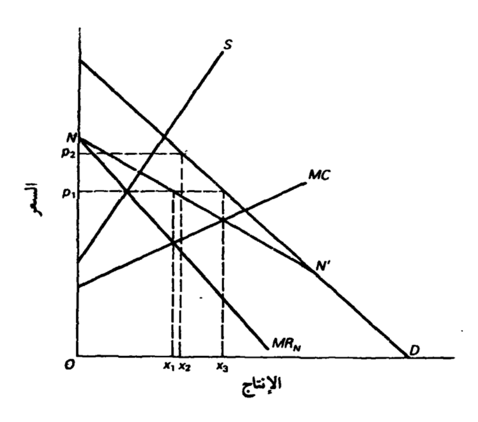
دور الدليل وأن المنشأة (2) ستكون التابع. وعلى ذلك فالمنشأة (2) تحدد إنتاجها (X_2) وفقاً لدالة كورنوت لرد فعلها. وتأتي المنشأة (1) فتعظم أرباحها أخذة في الاعتبار سلوك المنشأة (2). ويعني ذلك على الرسم البياني (4-3) الانتقال إلى منحنى سواء الربح (Π'_1) بحيث يسمى ($\geq'_1$) منحنى رد الفعل للمنشأة (2). وبذلك تحقق المنشأة (1) أعظم ربح في ظل السلوك المقترحين للمنشأة (2). وتسمى نقطة (L_1) نقطة ستاكلبرج للقيادة عندما تلعب المنشأة (1) دور الدليل والمنشأة (2) دور التابع. عند هذه النقطة (L_1) في المثال ينتج الدليل مقدار $[(\alpha - C)/2B]$ وهو نصف إنتاج المنافسة التامة (أي مساوٍ لإنتاج المحتكر)، وتنتج المنشأة التابعة نصف هذا المقدار. وعلى ذلك فستنتج المنشأتين معاً ثلاث أرباع الإنتاج تحت المنافسة التامة ويمثل ذلك أكثر من ثلثي إنتاج المنافسة وفقاً لتحليل كورنوت. ويتحقق توازن ستاكلبرج فقط إذا رغبت إحدى المنشآت في أن تكون المنشأة الدليل وإذا رغبت الأخرى في أن تكون المنشأة التابعة. في المثال المطروح، ولما كانت المنشأة التابعة ستنتج نصف الإنتاج وتحقق نصف أرباح المنشأة الدليل إذن فهناك حافز لكل منشأة أن تأخذ دور الدليل تاركة للمنشأة الأخرى دور التابع. وعليه فسوف يظل السوق في حالة تدعي عدم توازن ستاكلبرج حيث يتعذر توقع أي نتيجة محددة - في البداية تنتج المنشأتان معاً نصف انتاج المنافسة ويسود بذلك سعر المنافسة. ولكن لعدم تحقق توقعات المنشآت عن سلوك المنافس، سيظل السوق في حالة عدم توازن ولن يتحقق التوازن إلا إذا عدلت إحدى المنشأتين أو كلاهما من توقعاتها.

نموذج المنشأة السائدة: Dominant Firm Model:

وعلى عكس ما هو عليه الحال في نموذج ستاكلبرج والذي تتبنى فيه المنشأة التابعة مسلك المنافس في نموذج كورنوت، فإن للمنشأة التابعة هنا مسلك المنافس تحت المنافسة التامة، هذا النموذج يفترض أن المنشأة التابعة تأخذ سعر السوق كثابت وتنتج عند تساوي هذا السعر مع تكلفتها الحدية أما

المنشأة السائدة فهي تحدد السعر الذي يحقق تعظيم أرباحها آخذة في الاعتبار إنتاج المنشآت المنافسة. فالمنشأة السائدة إذا تعمل جزئياً كمحتكر لكنها مقيدة بما ينتجه المنافسون فلا تستطيع الحصول على أعلى ربح للمحتكر من هذه الصناعة[9].

هذا التحليل يمكن توضيحه بالشكل رقم (3-5) حيث (D) يمثل منحنى طلب السوق، (MC) يمثل منحنى التكلفة الحدية للمنشأة السائدة و (S) يمثل منحنى العرض للمنشأة المنافسة. المنحنى (NN'D) هو منحنى الطلب الصافي للمنشأة السائدة ويمثل الفرق الأفقي بين المنحنيين (S) و (D). ومن أجل تعظيم الربح تنتج المنشأة السائدة عند تقاطع (MR_N)، وهو منحنى صافي الإيرادات الحدية، و (MC). فتنتج المنشأة السائدة (OX_1) بسعر (OP_1) ولما كان انتاج المنشآت المنافسة عند هذا السعر هو ($X_1 X_3$) فالإنتاج الكلي إذاً هو (OX_3).



شكل رقم (3-5)

وللتسهيل رمزنا لسعر وإنتاج المحتكر بـ (OX_2)، (OP_2) على التوالي. وكما يوضح الرسم، وكما هو متوقع فإن وجود العرض المنافس بالسوق قد حد من القوة الاحتكارية للمنشأة السائدة حقوقه بالنقص في الفرق النسبي بين السعر والتكلفة الحدية (Price - cost margin)، $[(P - MC)/p]$. وعلاوة على ذلك فإن أي زيادة في العرض ستؤدي إلى خفض سعر السوق. ومن الواضح في الحقيقة أن الزيادة في نصيب المنشآت المنافسة (أو النقص في نصيب المنشأة السائدة) يمكن الأخذ به كمؤشر نافع للدرجة التي يزيد بها السعر عن التكلفة الحدية في هذا النموذج. والملحق (3-1) يعكس التحليل في حالة سيادة اتحاد (K) من المنتجين (Cartel) حيث يعبر عن نصيب الإتحاد بنسبة التركيز للـ (K) منشأة في السوق. ويشير هذا التحليل إلى الصلة بين الأسعار ونسب التركيز للمنشآت السائدة في هذا النموذج. ويعد التحليل معقداً بعض الشيء ولذلك فقد خصص له ملحق خاص.

السلوك المنسق: **Coordinated behavior:**

إذا استهدفت المنشآت بسوق احتكار القلة إلى تعظيم الربح، فإن هناك دافعاً قوياً لقيام التعاون بين هذه المنشآت بدلاً من التنافس. وقد يأخذ هذا التعاون شكل اتحاد المنتجين (Cartel) أو أي تنسيق أقل تقييداً عن ذلك بين المنشآت فيتفق على الأسعار والكميات المنتجة وغيرها. وقد نادى تشامبرلين Chamberlin (1966) بأن المنشآت في سوق احتكار القلة لا بد وأن تسعى إلى الوصول إلى التنسيق الكامل. خاصة لأنها ستكتشف مدى اعتمادها على بعضهما البعض وبالتالي ستحجم عن التنافس وتلجأ إلى التعاون. فمن وجهة نظر تشامبرلين وحتى في وجود منشأتين أو أكثر، وحتى ولو لم يكن هناك أي اندماج بينها، فمن المحتمل أن نشاهد مستوى سعرياً قريباً من سعر المحتكر. وعموماً فقد يتفاوت مدى هذا التعاون أو التنسيق بين منشآت احتكار القلة وفقاً لعدد المنشآت ودرجة تركيز السوق، فتؤدي زيادة التركيز إلى زيادة التعاون والتنسيق بين المنشآت. فيتفاوت سلوك المنشآت

بين المنافسة التامة والإندماج تبعاً لدرجة تركيز السوق.

ولإيضاح ذلك بصورة أكثر دقة يمكننا متابعة كلوينج وواترسون (1976) Clowing and Waterson، فإذا كانت هناك (n) منشأة تنتج سلعة متجانسة وإذا كانت كل منشأة تنتج بهدف تعظيم الربح وفقاً لتوقعاتها عن ردود فعل المنشآت المنافسة ملخصة في $(d \sum_{j \neq i} X_j/dx_i = \lambda)$ للمنشأة (i)، تحت هذه اظروف أثبت كلوينج وواتيرسون أن شرط توازن السوق هو:

$$\frac{p - \Sigma_i MC_i(x_i/x)}{p} = \frac{H}{\eta}(1+\mu) \qquad (3\text{-}11)$$

حيث أن (H) هي مؤشر هيرشمان ـ هيرفيندال لتركيز السوق، (n) هي المرونة السعرية للطلب، و (M) متوسط مرجح لقيم، (λ)[10]. وعليه ففي هذه الصيغة العامة، فإن اختلاف ردود الفعل المتوقعة من المنشآت المنافسة (كما يعكسها M) سوف يؤثر على المتوسط المرجح للفرق النسبي بين السعر والتكلفة الحدية للسوق.

الآن دعنا نتناول حالة أكثر تحديداً حول التغيرات الحدسية وفقاً لكلارك ودافيس (1982) Clark and Davies، بفرض أن كل منشأة تتبنى تغيراً حدسياً نسبياً في الإنتاج مقداره (α)، بالنسبة لكل منافسة بحيث إن $[(dX_j/dX_i)(X_i/X_j) =$ وعليه فالقيمة (α) تمثل درجة الطواطؤ الضمني بين المنشآت بالسوق، حيث أن القيم الكبيرة لـ (α) تشير إلى زيادة الإستجابة المتوقعة في إنتاج المنشأة المنافسة. وقد برهن كلارك ودافيس (كما هو موضح بالملحق 3-2) وتحت الفروض التي وضعاها بأن المعادلة (3-11) ستتحول إلى:

$$\frac{p - \Sigma_i MC_i(x_i/x)}{p} = \frac{H(1-\alpha)}{\eta} + \frac{\alpha}{\eta}. \qquad (3\text{-}12)$$

وعليه فقيمة (α) تلخص المحتوى السلوكي بالمعادلة. وعلاوة على

ذلك فمن الممكن إثبات أن زيادة قيمة (α) (مع ثبات η)، تؤدي لزيادة المتوسط المرجح للفرق بين السعر والتكلفة الحدية بالسوق[11].

وهناك عدة حالات خاصة للمعادلة (3-12) والتي يجدر الوقوف عليها. أولاً: إذا كانت (1 = ∝) فكل منشأة تتوقع أن أي تغيير في إنتاجها سيؤدي لتغير في إنتاج المنشأة المنافسة وبنفس النسبة. هذه التوقعات تجعل المنشآت تحد من إنتاجها بدلاً عن التنافس، وتؤدي كما يتضح من (3-12) إلى تحقق السعر الاحتكاري حيث يصبح الفرق النسبي بين السعر والتكلفة الحدية مساوياً إلى (1/η) وعموماً فمن المتوقع أن يكون هناك محاكاة جزئية في إنتاج المنشأة المنافسة عندما تتراوح (η) بين الصفر والواحد الصحيح. وكلما نقصت قيمة (∝) زاد مجال المنافسة ونقص المتوسط المرجح للفرق بين السعر والتكلفة الحدية. وبالطبع إذا اعتمدت قيمة (∝) على عدد المنشآت أو درجة تركيز السوق، أصبحت فرضية تشامبرلين متمشية مع الحالة الخاصة (1 = ∝) بينما وبصفة عامة فإن انخفاض تركيز السوق قد يؤدي إلى مزيد من النقص في قيمة (∝).

فإذا افترضنا وجود نموذج احتكاري ثنائي خطي (linear duoploly model) أمكننا عرض حالة أكثر بساطة. ونحتاج في هذه الحالة إلى افتراض لتغيرات حدسية ثابتة ولتكن . ومن المعادلتين (3-2, 3-3) السابقة يمكن تعريف إنتاج السوق والسعر على النحو التالي:

$$x = \frac{2(\alpha - c)}{(3 + r)\beta} \qquad (3\text{-}13)$$

$$p = \frac{\alpha(1+r)+2c}{(3+r)}. \qquad (3\text{-}14)$$

ويتضح من (3-14) أن سعر السوق يعتمد مباشرة على قيمة (r)، فكلما

زادت (r) زاد السعر. وفي حالة $(r = 1)$ تتوقع كل منشأة أن تجابه باستجابة كاملة من المنشآت المنافسة فيرتفع السعر إلى مستوى سعر الاحتكار أي $(P = (\alpha + C)/2)$. وفي حالة $(r = -1)$ تتوقع كل منشأة استجابة عكسية كاملة في إنتاج المنشأة المنافسة وبالتالي يصل السوق إلى توازن المنافسة أو بيرتراند $(P = C)$[12]. وعند القيمة المتوسطة لـ (r) يزيد سعر السوق كلما زادت الإستجابة المتوقعة لإنتاج المنافس.

ويمكن وبأسلوب مشابه تناول حالة السلع المتميزة أو غير المتجانسة. ففي هذه الحالة فإن المنشآت التي تتوقع استجابة سعرية مباشرة من منافسيها ستزيد من أسعارها لتستحوذ على زيادة في أرباحها الاحتكارية. فالمنطق الأساسي لم يتغير ولذلك فمن السهل إدخال أفكار التنسيق بين القلة المحتكرة في هذا النوع من النماذج باختيار الفروض المناسبة فيما يتعلق بالتغيرات الحدسية للمنشآت Firm's Conjectrual variations). وسوف يعرض المزيد من التفاصيل عن التنسيق بين القلة المحتكرة في المبحث الثاني من هذا الفصل.

توازن التوقعات الحدسية المتسقة:

Consistent Cojectures Equilibrium (C C E):

وأخيراً نتناول وبشيء من الإيجاز بعض الأعمال الحديثة فيما يعرف بتوازن التوقعات الحدسية المتسقة أو (CCE) والتي طورها بريسنهان وآخرون[13] Bresna han (1981). ويركز على الإتساق في العديد من نماذج احتكار القلة، مثل نموذج كورنوت والذي يفترض بعض التغيرات الحدسية والتي لا تتفق والإستجابة الفعلية للمنشآت المنافسة بالنموذج. في نموذج كورنوت تفترض المنشأة أن تحافظ المنشآت المنافسة على مستويات انتاجها بينما يعني هذا الفرض أن الدوال الحقيقية للإستجابة غير ثابتة. وبذا يفتقر النموذج للإتساق الداخلي، الأمر الذي قد ينعكس على عدم ثبات استجابات المنشأة المنافسة في الصيغة الحركية (dynamic) للنموذج. ويعتقد مؤيدو

نماذج الاستجابات المتسقة أنه إذا اتبعت المنشآت المنطق في سلوكها، (أي إذا كانت المنشآت رشيدة) فمن المتوقع أن تتبنى الإتساق بين توقعاتها الحدسية. وعليه فهي السمة المطلوبة لإمكان تحديد الحلول الممكنة لأسواق احتكار القلة التي تضمن ألا تتخذ المنشآت قراراتها على أُسس مضللة. وهناك بعض أوجه الشبه بين هذه الفكرة والتوقعات الرشيدة (rational expectatons) في الاقتصاد الكلي. وكما تم تطويرها حتى الآن فهي تطبق فقط في إطار ساكن (in a static context) وليس من الواضح حتى الآن مدى صلاحيتها تحت الظروف الحركية. وعلاوة على ذلك وكما سنرى، فقد تؤتي هذه الفكرة ببعض الحلول غير المرغوبة من وجهة نظر الأطراف المتعاملة بالسوق وعليه فقد تعد أقل منطقية من وجهة نظرهم.

ويمكن توضيح هذه النقطة، وفي الواقع المنهج، لسلعة واحدة متجانسة تنتجها منشأتان في سوق احتكار القلة (الاحتكار الثنائي)، حيث تكلفة الإنتاج تكون ثابتة ودالة الطلب خطية (انظر Presnahon, 1981)، كما هو الحال في القسم السابق نفترض هنا أن لكل منشأة نفس التوقعات الثابتة (r) لاستجابة المنشأة المنافسة حيث أن $r = dx_2/dx$ للمنشأة (1) و $r = dx_1/dx_2$ للمنشأة (2). ومن المعادلتين (3-2, 3-3) إذا يمكن كتابة المعادلات العامة للإستجابة لكل منشأة كما يلي:

$$x_1 = \frac{\alpha - c}{\beta(2+r)} - \frac{1}{(2+r)}x_2 \tag{3-15}$$

$$x_2 = \frac{\alpha - c}{\beta(2+r)} - \frac{1}{(2+r)}x_1. \tag{3-16}$$

وتعكس هذه المعادلات الاستجابة الحقيقية لكل منشأة كدالة في مستوى الإنتاج للمنشأة المنافسة والإستجابة المتوقعة (r). وفي مفهوم توازن

التوقعات الحدسية المتسقة لا بد أن تتطابق الاستجابة المتوقعة والفعلية. وفي هذه الحالة المبسطة فإن الاستجابة الحقيقية لكل منشأ لكل وحدة تغير في إنتاج المنشأة المنافسة أي [(r + 2)/1 –] لا بد وأن تساوى الاستجابة المتوقعة (r)[15]. في حالة كورنوت (r = 0) والاستجابة الحقيقية تساوي (1/2 –) وعلى ذلك فالإستجابة غير متسقة. وعلاوة على ذلك فإن أي قيمة لـ (r) تختلف عن (1 -) ستؤدي إلى استجابة غير متسقة وفي هذا النموذج توازن التوقعات الحدسية المتسقة يمكن أن يتحقق فقط إذا كانت (r = – 1)[15] وكما أسلفنا فإن هذه الإستجابة المتوقعة تتفق وحل المنافسة الحرة في هـذا النموذج. وعليه فإذا سلكت المنشأة مسلكاً متسقـاً فستنتهي إلى تحقيق أرباح عـادية (normal profits).

والمقارنة هنا، أن المنشآة يمكنها زيادة أرباحها باتباع توقعات حدسية أكثر تنسيقاً مع منافسيها، ولو من الأصوب ألا نسترسل مع مثال بعينه، فهذه الحالة من شأنها أن تثير علامات الاستفهام عن مفهوم الإتساق كحـل عام لاحتكار القلة. وتحت ظروف مخالفة قد يقدم هذا المفهوم طـريقة مفيـدة لتناول مشكلة احتكار القلة. ولما كان العمل والدراسات في هذا الحقل ما زالت مستمرة، ولم نقوم هنا بأكثر من المرور السريع عليها، فلن نتمكن هنا من الخروج بخلاصة قوية عن تقويمنا لمفهوم التوقعات الحدسية المتسقة.

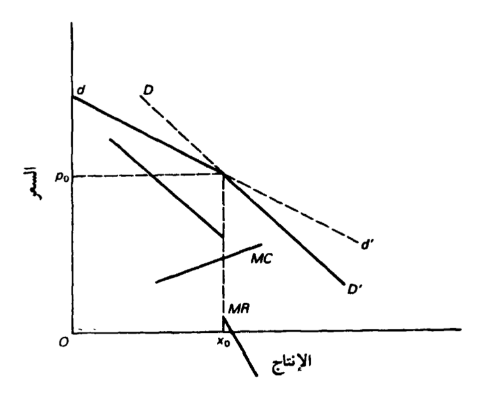
(3-1-2) نظرية منحنى الطلب المنكسر:
Kinked Demand Curve Theory:

لقد تم تقديم نظرية منحنى الطلب المنكسر للمنافسة الاحتكارية وفي ذات السنة (1939) بواسطة كل من بول سويزي Paul Sweazy في الولايات المتحدة وهول وهيتش R. L. Hall and C. J. Hitch بالمملكة المتحدة. وكما أسلفنا في القسم السابق فإن هذه النظرية تتعلق بالتغيرات الحدسية لمنشآت احتكار القلة (في هذه الحالة بالنسبة للأسعار) وعلى غير ما كان عليه الحال

في القسم السابق فالإهتمام هنا ليس بالتوازن بل بتحرك أسعار احتكار القلة. وفحوى النظرية أن الأسعار في سوق احتكار القلة تميـل إلى الثبات، ولا تستجيب للتغير في التكاليف وظروف الطلب بالدرجة المتوقعة وفقاً لنظرية تعظيم الربح.

ونفترض هنا سوقاً لاحتكار القلة تنتج فيه سلع متميزة الشكـل (6-3) يصـور موقف منشـأة احتكاريـة بهذا السـوق تبيع بـالسعـر الحـالي (P0). والمنحنى (DD′) يمثل منحنى الطلب للمنشآة بفرض أن المنشآت المنافسة ستقلدهـا في السلوك. أما منحنى الـطلب (dd′) فيعبر عن حـالة أعـراض المنشآت المنافسة عن تغيير أسعارها عندما تغير المنشأة الأولى أسعـارها. نظرية منحنى الطلب المنكسر تفترض أن المنشأة بسوق احتكار القلة تتوقع من منـافسيها أن يقلدوا سلوكهـا إذا ما خفضت أسعـارهـا، أمـا إذا رفعت أسعارها فلا يقلدونها. وعليه يكون منحنى الطلب كما يبدو للمنشأة هو الجزء من (DD′) للأسعار أقل من (Po) والجزء من (dd′) للأسعار أعلى من (Po)، وبذا يكون منحنى الطلب منكسراً عند السعر الحالي (Po). ويعني ذلك أن منحنى الإيرادات الحدية (MR) (المكون من الأجزاء المعنية من منحنيـات الإيرادات الحديـة لمنحنيات الـطلب DD′ وdd′) يكون بـدوره منحنى غير متصل عند مستوى الإنتاج الحالي (Xo). بناء على هذا الفروض إذا تقاطعت منحنيات التكلفة الحـدية (MC) والإيرادات الحدية (MR) عند نقطة بالمجال غير المتصل للأخير فإن الإنتاج الحالي (X_O) والسعـر الحالي (P_O) همـا إنتاج وسعر تعظيم الربح.

والجديد بهذه النظرية هو أنها تتوقع أن يكون سعر احتكار القلة قليل الاستجابة للتغيرات في التكاليف وظروف الطلب. وكما يتضح من الرسم فإن أي زيادة أو نقص محدود في التكلفة الحدية يمكن أن يحدث دون تغيير في تساوي الإيراد الحدي والتكلفة الحدية عند (Xo) وبالتـالي فليس هناك أي حافز للمنشأة لتغيير سعرها وبالمثل فأي انتقال لـطلب السوق (للداخـل أو للخارج)، ولو أنه سيولد تغير مماثل في الإنتاج، سوف لا يدفع المنشأة إلى



شكل رقم (3-6)

زيادة أو خفض أسعارها إذا ما استمر منحنى التكلفة الحدية في قطع منحنى الإيراد الحدي في نقطة بالجزء غير المتصل للأخير[11]. وفي الحالتين فإن تصور المنشأة لاستجابة المنشآت المنافسة يقف حائلاً دون تغييرها للسعر الذي قد يؤدي إلى تفاقم الموقف. وعليه تميل المنشأة للتمسك بسعرها الحالي ويزيد تمسكها بهذا السعر كلما زاد الفرق بين المرونة السعرية لمنحنيات الطلب (DD′) و(dd′) عند (Po) وبالتالي كلما زاد الجزء غير المتصل لمنحنى الإيرادات الحدية (MR).

ويعد افتراض أن منشآت احتكار القلة من المتوقع أن تقلد في حالة نقص الأسعار وأن تحجم عن التقليد في حالة زيادتها، أحد الاحتمالات الممكنة. فقد أورد سويزي Seeezy في مقالته الأصلية عدة إمكانيات بديلة يختفي معها الإنكسار في منحنى الطلب. أولاً: إذا قامت أحدى المنشآت بخفض أسعارها سراً، ولم تتوقع من منافسيها أن يتبعوها في ذلك يصبح

(dd') هو منحنى طلبها للأسعار أقل من (Po). ثانياً، إذا اعتبرت المنشأة نفسها كرائدة في التسعير فقد تتوقع أن تتبعها باقي المنشآت لو رفعت أسعارها وبالتالي يصبح (DD') منحنى طلبها للأسعار أعلى من (Po). ومن الواضح عدم وجود طريقة للتعرف مسبقاً على أهمية أي من هذه الفروض عملياً، ولذا فمن الضروري أن ندرس بعض الدلائل العملية.

بعض الدلائل التي تؤيد نظرية منحنى الطلب المنكسر قدمها كل من هول وهيتش Hall and Hitch. اعتمدت دراستهم لسلوك التسعير على تفسير وترجمة المعلومات التي تم جمعها بواسطة استبيان لـ (38) من رجال الأعمال ببريطانيا. فوجد أن هؤلاء الرجال يميلون إلى التسعير بقصد تغطية تكلفة الوحدة المنتجة تبعاً لمبدأ التكلفة التامة «Full Cost». ولا يغيرون من السعر بعد ذلك للأسباب المتصلة بمنحنى الطلب المنكسر. وكما لاحظ ستيجلر Stigler (1947)، (انظر أيضاً ستيجلر 1978)، فهذه الإستنتاجات تعد غير دقيقة. فتبعاً لمبدأ التكلفة التامة يحدد السعر ليتساوى مع متوسط التكاليف عند مستوى الإنتاج العادي، مع السماح ببعض الربح. ومن المتوقع أن يعدل سعر التكلفة التامة وفقاً لهول وهيتش بالزيادة في حالة ما إذا زادت تكاليف الإنتاج بالصناعة، أو أن يعدل بالنقص إذا ما لوحظ نقص مستمر في الطلب. فكلتا الملاحظتين لا تطابقان فكرة منحنى الطلب المنكسر، وعلاوة على ذلك فالملاحظة الثانية تناقض مبدأ التكلفة التامة. ولذلك فيجب أن تؤخذ دلائل هول وهيتش بشيء من التحفظ.

قام ستيجلر في سنة (1947) باختيار الدلائل العملية لنظرية منحنى الطلب المنكسر بطريقة أكثر شمولية. أولاً: حاول اختبار النظرية وذلك بدراسة تحركات الأسعار في سبع أسواق لاحتكار القلة. وعلى عكس ما هو متوقع وفقاً للنظرية، لم يجد ستيجلر دليلاً على ميل المنشآت لتقليد زيادة السعر بدرجة أقل من تقليدها لخفض السعر. وقد ترجمت هذه النتائج لتعني أنه ليس هناك أساس قوي لاعتقاد المنشآت في استجابة منافسيها بطرق

مختلفة لما يطرأ على أسعارها من ارتفاع أو انخفاض. ولكن بما أن التغيرات الحقيقية للأسعار توحي بأن هناك بعض العوامل التي تجعل التكلفة الحدية تمر خلال جزء معرف من منحنى الإيرادات الحدية، لذلك فالإستنتاج السابق قد لا يعتد به كثيراً[18] .

وقد درس ستيجلر أيضاً توقعات النظرية مستخدماً بيانات شهرية عن الأسعار والكميات في (19) من أسواق احتكار القلة واثنين من أسواق الاحتكار التام بالولايات المتحدة في الفترة (1937 - 1929)، فوجد الآتي:

(١) كانت الأسعار أكثر استقراراً بأسواق الاحتكار التام عنها في أسواق احتكار القلة في هذه الفترة، ولا يمكن إرجاع ذلك إلى قلة تغيرات الطلب.

(٢) كانت الأسعار أكثر استقراراً في فترات عرفت بزيادة التواطؤ بين المنشآت (Collusion)، عنه في الفترات التي تميزت بوجود منحنى الطلب المنكسر.

(٣) كانت الأسعار أكثر استقراراً في الصناعات ذات الإنتاج المتنوع وإن كان المتوقع لهذه الأسواق أن تتميز بمنحنى طلب أقل انكساراً (بسبب انخفاض مرونة الطلب dd′ نتيجة قلة السلع البديلة، بالشكل 6-3).

فكل من هذه النتائج يتعارض مع وجهة النظر القائلة بأن المنحنى المنكسر هو السمة المهمة لأسواق احتكار القلة. وقد عجز ستيجلر عن الحصول على أي دلائل منهجية تعضد نظرية المنحنى المنكسر للطلب.

بالإضافة إلى ذلك فقد أثارت عدة دراسات عملية الشك في أهمية النظرية، وقد نظر سيمون Simon (1969) في إمكانية تطبيق النظرية على أسعار الإعلان بالمجلات، لكنه وجد أن هذه الأسعار كانت أكثر استقراراً في حالة الإعلان بالمجلة الواحدة التي تخدم السوق عنها في حالة تعدد المجلات التي تخدم الإعلان بالسوق. كذلك فقد درس بريمكس وبومول Primeax and Bomoall (1947) سلوك أسعار الكهرباء بمدن الولايات المتحدة.

فكانت أسعار الكهرباء أكثر استقراراً بالمدن التي تمد بالكهرباء من منشأين (إحتكار ثنائي) عنه في حالة المدن التي تمد بالكهرباء بواسطة منشأة واحدة ذات احتكار تام. كما وجدا أن المنشآت بالإحتكار الثنائي غالباً ما تقلد بعضها البعض في زيادة الأسعار عنه في خفضها. وقد وجد الدارسان نفس النتائج السلبية عندما طبقتا النظرية على أسواق الأدوية التي لا تباع إلا بأمر من الطبيب.

فبالرغم من توفر الأدلة غير التجريبية التي تدعم نظرية المنحنى المنكسر للطلب، إلا أن الأدلة المنهجية التي تعضد هذه النظرية قد لا تكون موجودة.

(3-1-3) نظرية المباراة: Game Theory:

نستعرض وبشيء من الاختصار في هذا القسم تأثير النظرية الرياضية للمباريات على نظرية التسعير في ظل احتكار القلة، ونتتبع في ذلك الأعمال الرائدة لكل من فون نيومان ومورجنسترن Von Newman and Morgenstern (1944). ولن نحاول هنا الدخول في تفاصيل النماذج النظرية للمباراة، ذات التقنية المتقدمة، وسنكتفي بشرح بعض الأفكار الأساسية نسبة لتزايد استخدامها في الدراسات السابقة، وكأساس لتفهم الدراسات المتقدمة[19].

وبالإمكان البدء بمثال واسع الانتشار عن المباريات ذات الصلة بمشكلة احتكار القلة، وهو ما يعرف بمعضلة مباراة السجناء. يشارك في هذه المباراة لاعبان (2) and (1)، كل يفكر في تبني إحدى الاستراتيجيات (A or B). ومجموعة الاستراتيجيات التي يتبناها اللاعبان تحدد النتيجة التي تعرف حصيلة كل لاعب (مقيسة بالمنفعة المتوقعة). أحد مصفوفات الحصيلة الممكنة في الجدول (3-1). فالقيمة الأولى في هذا الجدول تمثل حصيلة اللاعب (1) والقيمة الثانية تمثل حصيلة اللاعب (2)، وعلى سبيل المثال إذا اختار اللاعب (1) الاستراتيجية (A) واللاعب (2) استراتيجية (B)، تكون محصلة اللاعب (1) هي (10 -) ومحصلة اللاعب (2) هي 10.

جدول رقم (3-1): معضلة السجناء

استراتيجية السجين رقم (2)

استراتيجية السجين رقم (1)

	A	B
A	0.0	10,10
B	10, − 10	− 5, − 5

والآن وفقاً لهذه المباراة، فكلا اللاعبين مسجون بتهمة ارتكار جريمة عظمى. كل منهما يعرف، بأنه لو تمكن من تقديم بعض الأدلة ضد شريكه فسوف يطلق سراحه، إذا لم يقدم شريكه على الاعتراف. فإذا اعترف كل منهما بجريمته فسيلقي كل منهم عقوبة مخففة. ولكن إذا ما امتنع كلاهما عن الاعتراف فلن يلقى إلا عقوبة بسيطة لعدم توفر الدليل على عظم جرمهما. الاستراتيجيات المتاحة هي ألا يعترف (A) أو أن يعترف (B)، وعليه إذا اعترف المسجون (2) ولم يعترف المسجون (1)، فإن المسجون (2) سيطلق سراحه (منفعة = 10) وسيلقى المسجون (1) أقصى عقوبة (منفعة = 10 −). إذا اعترف كلاهما فسيلقيان عقوبة مخفضة (منفعة = 5 + لكل منهما) أما إذا أحجما عن الاعتراف فسيحاكمان على أساس تهم أقل جدية (منفعة كل منهما صفر). فالمعضلة التي تقابل المسجون هي، هل يعترف ويخاطر بتلقى العقوبة المخففة في حالة اعتراف زميله، أم لا يعترف فيخاطر بتلقي أقصى عقوبة إذا ما اعترف شريكه.

إذا افترضنا عدم تعاون السجناء، فالسؤال المطروح من نظرية المباراة هو أي الإستراتيجيات سيختارها الفرد العاقل ـ ولنأخذ اللاعب (1). إذا

اختار اللاعب (2) ألا يعترف (A)، فأفضل سياسة للاعب (1) هي الاعتراف (B). فإذا اختار اللاعب (2) أن يعترف (B) إذا فأفضل سياسة (1) هي أيضاً الاعتراف (B). ولذلك فاللاعب (1)، الإستراتيجية (B) تسود الاستراتيجية (A) بصرف النظر عن أي السياسات يختارها اللاعب (2) وعليه فمن التعقل للاعب (1) أن يعترف. وبنفس المنطق سوف يعترف اللاعب (2) أيضاً، وتكون هناك حالة توازن وفيها تكون حصيلة كل منهما (5 -). ومن الواضح أنه إذا تمكن اللاعبان من الأتفاق على التعاون على عدم الاعتراف (A)، لكانت حصيلة كل منهما (0). ويعد ذلك تحسناً وفقاً لباريتو (pareto improvement) بالنسبة لحالة عدم تعاونهما إذ أن كلا اللاعبين الآن في وضع أفضل. ويصور المثال إحدى السمات الأساسية لهذا النوع من المواقف بنظرية المباراة: وبالتحديد أن التصرفات الفردية وإن كانت منطقية فقد لا تتفق ومصالح المجموعة[2]

وتعد مباراة معضلة السجناء أحد أمثلة المباريات اللاصفرية المجموع (non - Zero sume game). والتفريق بين المباريات صفرية المجموع واللاصفرية المجموع من المسائل الأساسية. ففي المباريات ذات المجموع الصفري، وبلاعبين فقط للتبسيط، يكون مجموع منافع اللاعبين مساوياً للصفر تحت كل الظروف. وتحت فروض معينة فإن المباراة ذات المجموع الصفري تعادل ذات المجموع النقدي الصفري. في هذه الحالة من المباريات صفرية المجموع، وتحت أي من الظروف يصبح المكسب النقدي لأحد اللاعبين مساوياً تماماً لخسائر اللاعب الآخر، وهي تختلف في ذلك عن حالة المباريات اللاصفرية المجموع حيث لا تشتمل النتيجة على تحول للمنافع أو الأموال بين اللاعبين. ففي المباريات اللاصفرية المجموع ليس هناك تعارض مباشر بين مصالح اللاعبين. ولذا فقد يمكنهم الاستفادة من التعاون بينهم. وعليه فإن المباراة التي تلعب دون تعاون تصبح ذات أهمية زائدة في حالة ما إذا كانت من المباريات اللاصفرية المجموع.

لعله من الواضح الآن أن مباراة معضلة السجناء بالجدول (1-3) قد

تصلح أيضاً كنموذج مفيد لنظرية احتكار القلة. دعنا نفترض أن اللاعبين (1) و (2) هما منشأتان للإحتكار الثنائي (duopolists) وأن هناك استراتيجية (A) لإنتاج ربع انتاج المنافسة التامة واستراتيجية (B) لإنتاج ثلث إنتاج المنافسة التامة. والمحصله (التي قد تترجم ببساطة كالأرباح) قد تم قياسها بحيث إذا اختارت المنشأتان الإستراتيجية (A) (حل تعظيم الأرباح المشتركة) فالمحصله مساوية للصفر، إذاً فالحل غير التعاوني لهذه اللعبة ينضوي على استراتيجيات (B و A)، كما سبق، والتي تمثل في هذه الحالة نتائج كورنوت (Cournot Outputs) (انظر قسم (3-1-1). هذا الحل هو في حقيقة الأمر مثال لما يسمى نقطة التوازن اللاتعاوني لناش(Nash non Cooperative equilibrium point) وفيها يعظم كل لاعب عائده أخذاً في الاعتبار استراتيجية خصمه. ومن الواضح أن توازن كورنوت لتحديد الكميات في ظل الاحتكار الثنائي له هذه الخاصية أيضاً، وبالتالي يشار إليه اليوم بتوازن كورنوت - ناش، ونعرف بالطبع من القسم (3-1-1) أن هذا ليس بالحل الوحيد للتوازن غير التعاوني. وقد ألقت معضلة السجناء الضوء على الإمكانية المتاحة للمنشآت للإستفادة من تعاونها في المباريات اللاصفرية المجموع. وتتحقق هذه الفائدة إذا ما عمد اللاعبون إلى اتفاق ملزم للتعاون. وعلى ذلك فاهتمامنا هنا ينصب على ما هو تعاوني وما هو غير تعاوني من المباريات، ويتحول الانتباه من الاستراتيجيات الى العائد الذي يتحصل عليه اللاعبون. وقد تتم المباريات التعاونية دون مدفوعات جانبية، وفي هذه الحالة يرضى كل لاعب بحصيلته من الحل التعاوني، أو بمدفوعات جانبية، بحيث يمكن إعادة توزيع العائد حتى بعد انتهاء اللعب. وعموماً، فالحل التعاوني يعد تحسناً للاعبين وفقاً لباريتو، إذ أنه ليس هناك من فرصة متروكة لتحسين عائد أحدهما دون نقص في عائد اللاعب الآخر، وبالإضافة إلى ذلك، فلن يقبل اللاعب العاقل على التعاون إذا كان عائده (بالإضافة إلى المدفوعات الجانبية لو سمح بها) أقل من العائد الذي يمكنه الحصول عليه من التوازن غير التعاوني.

ويفترض في المباريات التعاونية أن اللاعبين سوف يتقيدون بالإتفاقيات

الملزمة. هذه المباريات قد تكون أيضاً نماذج ناجعة للمواقف التي تشمل الدمج بين المنشآت أو تجمعها في شكل اتحاد للمنتجين (Cartel). إلا أنها تغفل أهمية إمكانية استفادة اللاعبين من عدم الإلتزام بالإتفاق، أي بأن لا يتعاونوا. فكما رأينا في المثال المبسط بجدول (3-1)، إن اللاعب (1) قد يستفيد بتبني الإستراتيجية (B) لو أن اللاعب (2) تبني الإستراتيجية (A). بالإضافة لذلك، فقد لا يصل اللاعبان إلى إتفاق صريح للتعاون وبالرغم من ذلك فقد يحاولان من ناحية تكتيكية أن ينسقا بين استراتيجياتهما من أجل مصلحتهما الفردية. وتعد إمكانية التنسيق التكتيكي للسياسات، والتي قد لا تكون مكتملة، من الأهمية بمكان بالنسبة لنظرية احتكار القلة وتمثل موضوع المبحث التالي.

(3-2) تنسيق القلة المحتكرة: Oligopolistic Coordination:

هناك حافزاً لدى القلة المحتكرة للتعاون فيما بينها بدلاً من التنافس. وفي نهاية المطاف وإذا أمكن التنسيق الكامل بين تصرفاتهما، وفي غيبة أي تهديد من منافسين جدد، فقد تتمكن هذه القلة من التصرف كمحتكر واحد بالسوق فتعظم الأرباح المشتركة للصناعة. ومن مساويء هذا السلوك ما ينتج عنه من سوء توزيع للموارد، علاوة على ضرره بالمستهلكين.

في هذا المبحث ندرس سوق احتكار القلة من وجهة النظر التنسيقية لاحتكار القلة. ولا يعني هذا أن كل المحتكرين سوف يتحدون بدلاً عن التنافس، لكننا سنعرف بعض الشروط التي يمكن أن تساعد على التعاون. وينتفع بهذا التمرين كأساس للدراسة العملية وكدليل لبعض السياسات العامة الممكنة.

(3-2-1) ظروف السوق والتنسيق:

Market Conditions and Coordination:

يعتمد التنسيق بين القله المحتكرة في الغالب على عدة عوامل، تشمل

الوضع القانوني للسوق وهيكل السوق وما يتضمنه من شروط للدخول، والتكاليف وظروف الطلب والعوامل الأخرى ذات الصلة، بالإضافة إلى الطرق التي تتبعها المنشآت بالسوق (سواء كانت تعاونية أم تنافسية) والتي يكون لها تأثير مستقل أي أنها لا تتحدد بالظروف الموضوعية للسوق. ومن الواضح أنه قد توجد اتجاهات عامة فقط فيما يختص بالعوامل التي تؤثر على تنسيق القلة المحتكرة وعلاوة على ذلك فقد تتفاعل هذه العوامل بطريقة معقدة يصعب معها تحديد المبادىء العامة. في هذا المبحث نستعرض بعض الفروض الواردة بالدراسات السابقة عن العوامل التي قد تؤثر في التنسيق بين القلة المحتكرة. ويمكن أن نبدأ بعدة نقاطة عامة.

أولاً: تتأثر قدرة المنشآت على تنسيق جهودها بالوضع القانوني الذي يعملون في إطاره. ففي بعض الظروف تكون القيود القانونية على التنسيق بين القلة المحتكرة من اليسر بحيث لا يكون هناك من مانع لتشكيل اتحاد رسمي للمنتجين، يمكنه أن يتحكم في كل المسائل المتعلقة بالسعر وسياسة الإنتاج وما إلى ذلك. في بريطانيا وعلى سبيل المثال، وقبل القانون المحدد للأعمال التجارية لسنة (1956)، كانت القيود القانونية من النوع المشار إليه سابقاً وكانت الاتفاقيات المقيدة بين المنشآت واسعة الإنتشار في معظم الصناعات البريطانية (انظر فصل 11). ولكن، منذ سنة (1956) أصبحت القوانين أشد صرامة واعتبرت اتحادات المنتجين (فيما عدا اتحاد المصدرين) عملاً غير قانوني في بريطانيا، وكذلك الحال بالولايات المتحدة الأمريكية.

وهذا لا يعني أن التنسيق بين القلة المحتكرة قد قضى عليه نهائياً، ولكن أوضحت تجربة الولايات المتحدة أن العديد في المنشآت مستعدة للعمل حتى ولو بصورة غير قانونية من أجل تحقيق منافع التنسيق. وعلاوة على ذلك، فقد لا يكون من الضروري تأسيس اتحاد رسمي للمنتجين لأجل تحقيق بعض التنسيق. وهناك ثغرات في القانون لا محالة

يمكن للمنشآت استغلالها. فلم تستطع قوانين خيانة الأمانة في كل من بريطانيا والولايات المتحدة من التعامل بصورة مرضية مع مشكلة التنسيق بين القلة المحتكرة في غياب اتفاقات مكتوبة. وينفذ هذا التكتل الضمني وببساطة بناء على تفاهم المنشآت بالسوق، وقد يتضمن أو لا يتضمن وجود منشأة رائده تقوم بتحديد السعر. ومما يسهل وجود التكتل الضمني توفر المعلومات الحديثة والشاملة عن هياكل الأسعار والتكاليف للمنشآت العاملة بالسوق، وتقدم هذه المعلومات عادة بواسطة الاتحادات التجارية بالأسواق المعنية. وفي بريطانيا تم بعض الدعم لقوانين تبادل المعلومات في سنة (1968) (انظر فصل 11).

ثانياً: لا يشترط أن يكون الهدف من تنسيق القلة المحتكرة تعظيم الأرباح في المدى القصير. ففي الولايات المتحدة وعلى سبيل المثال، تتوفر الأدلة على أن تطبيق قوانين عدم الأمانة وتنفيذ عقوباتها قد حدت من زيادة الأسعار[21]. كذلك فقد يحد احتمال دخول منافسين جدد في العديد من الصناعات من ارتفاع السعر بواسطة القلة المحتكرة الموجودة بالسوق. وسوف نناقش مشكلة المنافسين الجدد وما يتصل بها من عوائق دخول السوق بالتفصيل في الفصل القادم. وفي الجزء التالي، سوف نفترض استحالة دخول منشآت جديدة للسوق، بحيث يصبح بالإمكان تعظيم الأرباح المشتركة. ويمثل ذلك نوعاً من التبسيط الملائم الذي يمكن تعديله متى ما أردنا تناول موضوع إمكانية دخول المنشآت الجديدة وهو الأكثر واقعية.

وقد اقترح تشامبرلين Chamberlin (1966) في تحليله لاحتكار القلة، أن التنسيق بين المنشآت يكون أكثر احتمالاً إذا ما كان عدد البائعين محدوداً بالسوق. ففي هذه الحالة ستكتشف المنشآت اعتمادها على بعضها البعض والميزات المشتركة لتنسيق جهودها. وإذا حاولت أي منشأة أن تخفض أسعارها لزيادة نصيبها من السوق، فإنها ستتوقع أن تحذو باقي المنشآت حذوها مما يضر بمصالح المنشآت كلها. وعليه سيتضح لكل منشأة تمشي

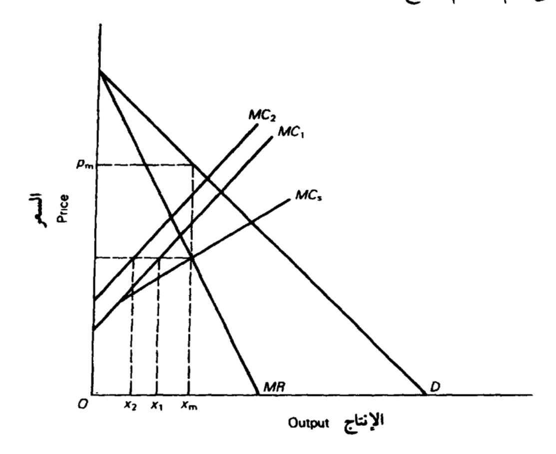
مصالحها الذاتية مع التنسيق مع القلة المحتكرة، مما يؤدي لتعظيم أرباح الصناعة كلها. وقد قامت نظرية تشامبرلين، على ملائمة العدد الصغير نسبياً من البائعين للتنسيق بين المحتكرين، وقد شكلت هذه النظرية الأساس للكثير من الدراسات المتعاقبة في اقتصاديات الصناعة. وفي نفس الوقت فقد تبين أن هذه الحقيقة قد تكون واحدة فقط من العديد من العوامل المؤثرة. فمن ضمن العوامل الأخرى، نجد أن قدرة المنشآت على تنسيق جهودها قد يتأثر باختلاف تكلفة الإنتاج وظروف الطلب، ومستوى طلب السوق والفرص المتاحة للخفض السري للأسعار بالسوق.

اختلاف ظروف التكاليف والطلب: Cost and demand heterogeneity

في النماذج التي نوقشت في (3-1) افترضنا أن لجميع المنشآت القلة المحتكرة نفس تكاليف الإنتاج وظروف الطلب. ولكن، في عالم الواقع للأسواق، يغلب وجود الإختلافات بين المنشآت فيما يتعلق بالتكاليف أو الطلب أو كليهما. ولهذه الاختلافات العديد من الآثار التي قد تحد من التنسيق بين المنشآت وذلك يخلق التعقيد والمساومة الضمنية في عملية تحديد السعر، وخاصة عندما يتعامل عدد من المنشآت فقد يصعب على المنشآت الوقوف على هيكل السعر والإنتاج الذي يفضي إلى توازن في صيغة تعاونية. وعليه من المتوقع، كلما زادت هذه التعقيدات أن تتباعد منشآت القلة المحتكرة أكثر فأكثر عن نقطة تعظيم أرباح الصناعة.

ويمكننا إيضاح هذه النقاط باستخدام الرسم البياني المبسط. لنفرض أن هناك منشأتين (1) و (2)، تنتجان نفس السلعة وإن اختلفت تكلفة الإنتاج، إذا افترضنا المنشأة (1) أكثر كفاءة عن المنشأة (2) وأن منحنى التكلفة الحدية لكل منهما ذو انحدار موجب، كما يوضحه كل من (MC_1) و (MC_2) في الشكل (3-7). ولنتذكر أن تعظيم أرباح الصناعة يحتم على كل منشأة أن تنتج عند تساوي التكلفة الحدية والإيراد الحدي. أي أن تعظيم ربح الصناعة يتحقق عندما يتساوى المجموع الأفقي لمنحنيات التكلفة الحدية (MC_s)، مع الإيراد الحدي (MR). فبانتاج مقداره (X_m) وسعر (P_m)

توزع الإنتاج بين المنشآتين بحيث تنتج المنشآة (1)، (X_1) والمنشأة (2)، (X_2). وبالتالي تنتج المنشأتان الأكثر كفاءة، كمية أكبر من إنتاج المنشأة (2) حتى يتم تعظيم أرباح الصناعة.



شكل (3.7)

والآن دعنا نتبين العوامل المناوئة للتنسيق بين منشآت القلة المحتكرة في هـذا المثال بـالمقارنـة بالحـاله التي تتسـاوى فيها تكلفـة الإنتـاج بكـل من المنشـآتين. في الحالـة الأخيرة، ستكتشف المنشـآت سعر تعظيم الأرباح المشتركة وأنه إذا ما انتجت كل منشأة نصف إنتاج الاحتكار التام، يمكنها تحقيق نصف أرباح الاحتكار التام. ومع ذلك فلا تبدو الحالـة الموضحـة بالشكل (3-7) بهذه البساطة. فإذا لم تتوفر للمنشآت العاملة المعلومات التامة عن التكاليف وظروف الطلب، يؤدي اختلاف التكاليف إلى زيادة التعقيد في

تحـديد السعـر والإنتاج الأمثـل، علاوة على زيـادة مجـال المسـاومـة الضمنيـة على الأربـاح. وقد تحـاول المنشآت تحسين مـواقفها بـأن تعـطي انـطبـاعـات مضللة عن أوضاعها التنـافسية النسبيـة. كذلـك فقد تكـون المنشآت الضعيفـة مـاليـاً أقـل إستعـداداً لقبـول الأربـاح الأقـل المتـرتبـة على صغـر نصيبهـا من الإنتاج. وبالفعـل ففي بعض الحالات قـد يعني التعظيم الكـامل لـلأرباح المشتـركة أن تحقق بعض المنشـآت الضعيفة، الخسـارة (أو حتى إنتـاجـاً سالباً)، الأمر الذي يستبعـد معه قبـولها لـه. كذلـك فقد يكـون للمنشآت الصغـرى والكبرى منـظور مختلف تجاه الـظروف السوقيـة، فمثلاً تخـطط المنشآت الكبرى على المدى البعيد، وتميل لذلك إلى خفض الأسعار (منعاً لدخول منافسين جدد) (انظر Fog, 1956). وأخيراً فقد تجد المنشآت صعوبة في تتبع سياسـات خصومهـا في بعض الظروف المعقـدة، كما قـد تتمكن المنشآت الصغيرة على وجه الخصوص من مخالفة الحصص الإنتاجية غير المعلنة دون رد فعل ثأري من المنشآت الكبيرة.

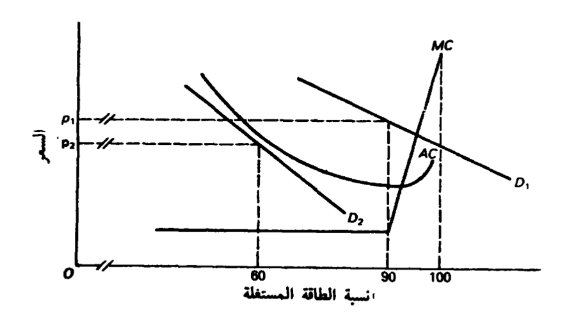
وعلى الرغم من المشكلات التي تسببها هذه التعقيدات للتنسيق بين القلة المحتكرة فيجب ألا تؤخذ على إنها وبالضرورة مسألة مستعصية. ففي النموذج المتماثل يتبين للمنشآت أنها تتنافس على أسس متساوية، وبالتالي فيتكشف لها وفقاً لتشامبزلين المزايا المشتركة لتعظيم أرباح الصناعة. أما في حالة عدم التماثل فيتضح للمنشآت قوتهـا التنافسيـة النسبية، فتتـوصل إلى مفهوم ضمني لعدم التنافس. وتعد حالة القيادة في وضع السعر أبسط نسبياً، حيث يمكن للقلة المحتكرة أن تنفذ خلال التعقيدات السابق شرحها. وخاصة في حالة وجود منشأة رائدة بالسوق، يمكن أن تحدث القيـادة في التسعير دونما أي رغبة من المنشآت التابعة أو الرائدة في الحيلولة دون التـوازن. ولذلك فليس من الواضح أن الاختلاف في التكاليف والطلب، والتباين في أحجام المنشآت يؤدي بالضرورة إلى الحد من التنسيق بين القلة المحتكرة بصفة عامة.

مستـوى طلب السوق Level of market demand: يعـد مستوى طلب

السوق العامل الثاني والذي يحتمل أن يؤثر في قدرة منشآت القلة المحتكرة على تنسيق جهودها، في ظروف كساد الأعمال بسبب دورات الكساد الاقتصادي أو بسبب الانخفاض السنوي لإحدى الصناعات. فسوف تتضرر الأرباح وقد تميل الأسعار للهبوط. ولا يعد هبوط الأسعار في حد ذاته دليلاً على فشل التنسيق بين القلة المحتكرة، فربما تخفض الأسعار في حالة النقص في الطلب من أجل تعظيم ربح الصناعة. وقد تؤدي الضغوط على الأرباح إلى الضغط على التحكم السعري، فيقدم احتكار القلة الضعيف مالياً، على خفض الأسعار بقصد الحصول على حصص أكبر من السوق، وبمجرد تعطل النظام السعري يصبح من الصعب استعادته. وعليه ولو أن المصلحة المشتركة للمنشآت تملي التمسك بالنظام، إلا أن الضغوط على المنشآت الضعيفة مالياً يخلق أسباباً إضافية لنشوب المنافسة السعرية.

يحتمل حدوث ذلك وعلى وجه الخصوص في الصناعات المتميزة بالضخامة النسبية للتكاليف الثابتة ويوضح الشكل (3-8) هذه الحالة ويبين منحنيات التكاليف لمصنع ذي حجم أمثل في صناعة ذات تكثيف رأسمالي Capital intensive. التكاليف الحدية هي (MC)، وتكون منخفضة حتى حوالي (98%) من إنتاج الطاقة الكاملة وتبدأ في التزايد بعد ذلك. أما متوسط التكاليف (AC). فيهبط بحدة إلى حوالي إنتاج الطاقة الكاملة، ويعكس بذلك ضخامة التكاليف الرأسمالية للمصنع. ونفترض طلباً عالياً في البداية، وإن القلة المحتكرة قد نسقت جهودها وحددت السعر (P_1) عند (90%) من انتاج الطاقة الكاملة. ويوضح ذلك بمنحنى (D_1) والذي يمثل نصيب هذه المنشأة من الطلب الكلي في الظروف العادية. الآن لنفترض حدوث نقصان في الطلب إلى (D_2) وأن السعر الأمثل لتعظيم الأرباح المشتركة قد انخفض إلى (P_2). فالطاقة الإنتاجية المطلوبة الآن هي (60%) ولا يمكن للمنشأة أن تحقق أرباحاً و (40%) من طاقتها الإنتاجية معطلة. ومن الواضح أن زيادة التكاليف الرأسمالية هي سبب هذه المشكلة، وبفرض ثبات باقي العوامل

المؤثرة، فكلما زادت هذه التكاليف زادت المشكلة المالية للتشغيل عند مستوى معين من الطاقة المعطلة. وفي الصناعات ذات التكاليف الثابتة العالية نسبياً، تكون الضغوط المالية للتحرك تجاه الطاقة الكاملة كبيرة وبالتالي يكون هناك ضغط كبير على المخاطرة بخفض الأسعار. ويمكن للمنشأة أن ترى ذلك حتى عند سعر أقل بقليل عن (P_2) في الشكل (3-8) فتستطيع تحقيق الربح لو تمكنت من زيادة إنتاجها إلى 70% من الطاقة الكاملة. ولكن إذا ما فكرت جميع المنشآت بنفس الطريقة فستنتهي إلى التحرك إلى أسفل على طول منحنيات الطلب (D_2) الخاصة بحصصهم من السوق وبذلك تزيد الخسائر.



شكل (3-8)

وبالرغم من زيادة الضغط على خفض السعر في حالة نقص الطلب، إلا أن من الواجب ألا تغفل المخاطر الناجمة عن زيادة الخسائر إذا انهارت ضوابط السوق. فللقلة المحتكرة دوافع قوية للترابط تحت الظروف المناوئة، وتتوقف قدرتهم على ذلك على بعض العوامل القانونية وغير القانونية، وتشير تجربة بريطانيا في سنوات الكساد (1918-1939) إلى فاعلية كل من هذه

العوامل (انظر Swann et al., 1974). فقد فشلت جميع محاولات المحافظة على اتحادات المنتجين في معظم الصناعات مثل خليج القطن، واستخراج الفحم والحديد، فشلت في العشرينيات بسبب محاولات المنشآت لخفض الأسعار لصيانة بقائها. ولكن وباستمرار الكساد لوحظ زيادة تكتل المنشآت في شكل اتحادات للمنتجين، وزيادة تبرير جهودها (عادة عن طريق الدعم الحكومي). وفي الواقع فإن معظم الإتفاقات التي بقيت حتى الخمسينيات في الإسمنت والصلب الثقيل والمحولات وما إلى ذلك، كانت قد أبرمت أصلاً في الثلاثينيات. وتشير هذه الدلائل إلى أن المنشآت الباقية بعد فترة طويلة من الطلب الكاسد وبعد خروج بعض المنشآت من السوق، يمكنها استعادة بعض درجات التنسيق فيما بينها. أما في المدى الأقصر، فقد تسود السوق المنافسة، مؤدية إلى حرب الأسعار المعلنة مما يخفض من الأرباح أو يؤدي إلى الخسائر بالصناعات الكاسدة.

الخفض السري للأسعار: Secret price - Cutting: الوجه الثاني لمشكلة السعر المتفق عليه سراً أو علناً هي كيفية مراقبة الالتزام بالإتفاق. فكما سبق بالمبحث (3-1-3)، ولو أن من المصلحة المشتركة للمنشآت أن تحدد سعراً موحداً، إلا أن المصلحة الفردية للمنشآت قد تملي عليها خفض سعر البيع لكسب المزيد من العملاء على حساب منافسيها. ووفقاً لتشامبرلين فإن مثل هذا الغش سوف لا يتم إذا ما تبين لكل منشأة أن من المحتمل أن ينتقم منافسوها بخفض أسعارهم بالمثل، مما يضر بمصالح جميع المنشآت. ولكن يفترض لصحة هذه الحجة أن يتوفر للبائعين المعلومات الكاملة عن أسعار منافسيهم وبذلك يمكنهم الرد عليهم بالمثل دون تأخير، ومن جهة أخرى إذا تمكن للمنشآت من خفض أسعارها بصورة سرية ودون إثارة لشكوك منافسيهما لتقلصت قدرة المنشآت على المحافظة على السعر العالي بالتنسيق السري أو العلني بدرجة كبيرة.

وقد كتب ستيجلر (Stigler, 1964) عن هذه القضية فأوضح أن بإمكان

المنشـآت دائماً أن تخفض وتبيـع بسعر أقـل من سعر تعـظيم الأرباح المشتـركـة (وكذلك Mckinnon, 1966). فالعديد من السلع يتم بيعها لمنتجين آخرين أو لتجار التجزئة أو حتى للمستهلكين بأسعار يتم تحديدها بالإتفاق بين الأطراف المعنية. هذه الأسعار التعاملية (خلافاً للأسعار المعلنة) تخفى على المنشآت المنافسة وبالتالي تفتح المجال للخفض السري للأسعار في نموذج ستيجلر، ويتوقف مدى هذا الخفض على مقدرة الشركات على الاحتفاظ بسرية هذه المعاملات.

بالرغم من صعوبة عرض تحليل ستيجلر مكتملاً في هذا المقام إلا أن العديد من نتائجه يجدر الإشارة إليها، ونلخصها في النقاط التالية:

أولاً: كلما كان عدد المنشآت قليلاً بالسوق، كان من السهل مراقبتها لسلوك بعضها البعض وقلت فرص الخفض السري للسعر. وتستقرىء هذه الفكرة تركيز السوق، وعلى ذلك من المتوقع أن يقل حدوث خفض الأسعار سراً في السوق التي تتميز بقيمة عالية لمؤشر التركيز (H).

ثانياً: كلما زاد معدل تغير العملاء بالسوق زادت صعوبة مراقبة سلوك المنافسين وبالتالي يزيد حدوث خفض الأسعار.

ثالثاً: كلما قل احتمـال إعادة الشـراء بواسـطة العملاء زادت مشكلة المراقبة. وأخيراً فكلما زاد عدد المشترين زادت صعوبة الحصول على حصة إضافية من السوق دون انكشاف خفض السعر. هذه المنـاقشة تـوحي بأن تنسيق القلة المحتكرة يكون ذا فاعلية عـظمى عندمـا يبيع عـدد صغير من المنشآت لعدد كبير من العملاء الدائمين للمنشآت العاملة بالسوق.

عوامل أخرى Other Factors: هناك عدد من العوامل الأخرى التي قد تؤثر على تنسيق القلة المحتكرة ويمكن أن نتناول أهمها فيما يلي[22]:

أولاً: من المتوقع أن ينجح تنسيق القلة المحتكرة في ظروف السوق المستقر، حيث لا يوجد أي تهديد من منافسين جدد وحيث التقنية الساكنة.

أما في الصناعات الأكثر حركة حيث التغير السريع في التقنية المصحوب بالدخول الملحوظ للمنافسين الجدد، فمن المتوقع أن تتغير ظروف التكاليف والطلب بسرعة فائقة بحيث يتعذر التنسيق بين القلة المحتكرة. ومن الأمثلة على ذلك أسواق المعدات السمعية، الحاسبات الإلكترونية الشخصية، وغيرها من المعدات الكهربائية.

ثانياً: عندما تكون المنتجات غير المتجانسة غير قياسية بل ويمكن تباينها في عدة أوجه يصبح من الصعوبة التنسيق بين القلة المحتكرة. ففي بعض الحالات يكون من طبيعة السلعة (صواميل ومسامير) أن يصبح بالإمكان إعداد قوائم طويلة ومكتملة للأسعار حتى يتيسر التكتل. ومع ذلك، ففي حالات أخرى (إطارات السيارات مثلاً) قد تتنافس الشركات في تباين المنتج ومن ثم يصبح التنسيق أكثر صعوبة. وأخيراً عندما يأتي الطلب في شكل وحدات ضخمة (غليات المصانع ومحركات الطائرات والبواخر. . . إلخ) تبرز المشكلة حول مطابقة الطلب للعرض. وكما هو الحال عندما ينقص الطلب بإحدى الصناعات، تواجه المنشآت مشكلة تأمين كفاية العمل المطلوب بينما تسعى في ذات الوقت لتحاشي المنافسة. وفي بعض الأسواق كبناء السفن مثلاً، حيث تكون المنافسة عالمية يصبح المجال ضيقاً للتنسيق بين القلة المحتكرة. وفي حالات أخرى يمكن فرض بعض الاستقرار ويتم ذلك عادة بقبول الحكومة.

(3-2-2) دلائل تجريبية: Empirical Evidence:

بالإضافة لتحليل حالات الدراسة لكل صناعة، فقد تم استخدام ثلاثة أنواع من الدلائل المنهجية في اختبار تنسيق القلة المحتكرة.

أولاً ـ تم استخدام الأسلوب القطاعي للاقتصاد القياسي Cross - Section econometric techniaques لدراسة التباين في الربح والأسعار داخل الصناعة الواحدة.

ثانياً ـ تمت التحاليل المنهجية لحالات من الأسعار المصطنعة والتي

ضبطت تحت أحكام قانون خيانة الأمانة Anti-trust. وأخيراً فقد سجلت نتائج تجارب المحاكاة لمباريات القلة المحتكرة مع التحكم في الظروف. وسوف نستعرض نتائج تحليل الاقتصاد القياسي في الفصل الخامس، ونستعرض في هذا المبحث نتائج بعض الدراسات وفقاً للطريقتين الأخيرتين.

نبدأ بعدة دراسات عن الأسعار المصطنعة والتي أعدت بواسطة وزارة العدل الأمريكية منذ (1980)[23]. ويجب مراعاة بعض نقاط الضعف بهذه البيانات.

أولاً - بما أن هذه الحالات قد قدمت للمحاكم بواسطة وزارة العدل الأمريكية، فقد لا تمثل كل حالات التآمر من أجل اصطناع السعر بالولايات المتحدة. وخاصة أن الحالات التي يتم فيها التكتل سراً وليس علناً، لا تمثل عادة بالعينة بسبب صعوبة إقامة الدعوة القانونية ضدها. وكذلك تختلف مؤامرات اصطناع الأسعار في مدى سهولة كشفها بطرق منهجية مما قد يؤدي لعجز العينة عن التمثيل.

ثانياً - في كثير من الحالات التي تمت محاكمتها بواسطة وزارة العدل، تمت فيها تسويات خارج المحاكم وبالتالي فلم يتم الحكم فيها. وقد لا يعد ذلك ضعفاً أساسياً في البيانات، لأن في معظم هذه الحالات إن لم يكن كلها، تمت هذه التسويات بعد أن تأكد انتصار الحكومة في دعواها. وقد استخدمت هذه البيانات في معظم الدراسات لتلافي النقص في حجم العينة.

والعمل الرائد في هذا المجال هو دراسة بوسنر Posner (1970). فقد تناول حالات وزارة العدل الأمريكية في الفترة (1969 - 1890) ومن بينها 989 حالة تتصل بما يسمى المؤامرات الأفقية Horizontal Conspiracies. فوجد في أغلب الحالات التي تتوفر عنها معلومات، أن 20 أو أقل منشأة كانت قد شاركت في التآمر، وأن، في حوالي ثلثي الحالات، 10 أو أقل من المنشآت قد شاركت. وتشير هذه الدلائل وبوضوح إلى أهمية صغر عدد المنشآت في

التأثير على التنسيق بين القلة المحتكرة. وقد لاحظ كذلك أن كثيراً من هذه التآمرات كانت ذات طبيعة محلية أو إقليمية، الأمر الذي تزيد أهميته في البلدان الكبيرة كالولايات المتحدة.

ثالثاً ـ عادة ما تنطوي هذه المؤامرات على سياسات أخرى وليس فقط اصطناع السعر، كان أكثرها أهمية هو تقسيم السوق (15% من الحالات) والتكتل (14% من الحالات). وفي 10% من الحالات ارتبطت المؤامرات بحقوق الاختراع وحقوق الطبع بينما 14% من الحالات تضمنت المضاربة على العقود (الحكومية وغيرها). وأخيراً، ففي 44% من الحالات نفذت المؤامرات عن طريق الإتحادات التجارية وقد سادت هذه الحالات وعلى وجه الخصوص في حالة العدد الكبير نسبياً من المنشآت.

وقد تبعت دراسة بوسنر عدة دراسات. تناول هاي وكيلي Ha and Kelley (1974) عينة محدودة من 65 حالة في الفترة (1972 - 1963) التي تم حسمها لصالح الحكومة أو سويت لعدم توفر الأدلة. وباستخدام المعلومات السرية لإدارة خيانة الأمانة توصل الباحثان إلى أن السمات الأساسية للتآمر على اصطناع الأسعار، كانت العدد القليل من المنشآت وزيادة تركيز السوق والتجانس النسبي للسلع. وقد أدت بهم هذه النتائج إلى استنتاج أن التكتل المعلن قد يكون من الضروري لقيام التنسيق بين القلة المحتكرة حتى تحت أحسن الظروف. وقد اعترض على هذه الخلاصة كل من فراس وجرير Fraas and Greer (1977)، ففي عينة من 606 حالة لاصطناع السعر في الفترة (1972 - 1910) وجدا أن الفئة الوسيطة لعدد المنشآت في صناعات السعر المصطنع كانت بين أربع وست منشآت. وعندما تقارن هذه النتيجة بتوزيع الصناعات وفقاً لعدد المنشآت بقطاع الصناعة ككل، فإن الدلائل تبدو متمشية مع التنسيق السري الذي يفضل عندما تكون عدد المنشآت صغيرة، مما يسمح للتكتل المعلن ثم المنافسة كلما زاد عدد المنشآت. ويجدر ملاحظة أن الأدلة التي قدماها الباحثان لدعم هذه النتائج تعد إلى حد ما مقنعة. وفي (1970) استخدم أسك وسنيكا Asck and Seneca أسلوباً مختلفاً نسبياً لمقارنة عينة من 51 منشأة صناعية أدانتها المحكمة بالتكتل مع عينة

عشوائية من 50 منشأة غير متكتلة وذلك في الفترة (67 - 1958). ضمن العديد من النتائج وجدا أن المتكتلين قد مالوا إلى تحقيق أرباحاً أقل ولكن كونوا منشآت كبيرة كذلك فقد مالوا إلى العمل بالأسواق التي تتسم بالكثافة القليلة نسبياً للإعلان. إن انخفاض الأرباح يعد أكثر النتائج إزعاجاً وقد يعكس الطبيعة الدفاعية للتكتل.

ويعد المدخل التجريبي بمثابة أسلوب مختلف للهجوم على المشكلة. في هذه الحالة تلعب مباراة افتراضية لسوق القلة المحتكرة في محاولة لمعرفة العوامل التي تؤثر على نتائج احتكار القلة. وعادة ما تجري هذه التجربة دون تعاون بين الأطراف المشتركة وبذا فإنهم يختبرون مباشرة الميل إلى التنسيق بين القلة المحتكرة عن طريق التكتل الضمني. والعوامل التي يسمح لها بالتغير هي عدد اللاعبين والمعلومات المتوفرة لهم ومدى عدم تجانس ظروف التكاليف والطلب.

وتعد دراسة دولبير Dolbear (1968) مثالاً جيداً لهذا الأسلوب. ففي دراسته أخذ سوقاً للمنتجات المتميزة بدوال الطلب الخطية والتكلفة الحدية الثابتة، واختبر تأثير عدد المنشآت وتوفر المعلومات على محصلة احتكار القلة. وقد أسهم في هذه الدراسة تسعون مشتركاً. أخذ كل منهم 15 محاولة متتالية في إحدى الصناعات، وفي كل الأحوال قام المشترك باختيار سعر المنتج للمنشأة في كل محاولة مستدلاً في ذلك بمصفوفة الأرباح الممكنة عند مختلف الأسعار. وفي تجارب المعلومات التامة، كانت مصفوفات الربح تعكس متوسط أسعار الخصوم وقد قيل للمشتركين بأن لديهم جميعاً نفس مصفوفة الربح. أما في حالة تجارب المعلومات الناقصة فقد احتوت مصفوفات الربح على الأرباح الممكنة عند المستويات المختلفة للإنتاج وعند مستويات الأسعار التي حددها المشتركون. وقد قيل لكل مشترك في هذه الحالة بأن مبيعاته ستكون أكبر كلما انخفض سعره أو ارتفع سعر منافسيه أو كلاهما معاً. في كل الحالات أهملت المحاولات السبع الأولى والثلاث الأخيرة لتحاشي التأثير الممكن لبدء وانتهاء التجربة. وقد أخذ متوسط السعر

في المحاولات من الثامنة إلى الثانية عشر كتقدير للتوازن.

وقد جاءت النتائج التي تحصل عليها دولبير متفقة تماماً مع التوقعات السابقة، فبمقارنة الأسواق ذات المنشأتين والأربع أو الست عشرة منشأة (مع توفر أو عدم توفر المعلومات) اتضح أن متوسط الأسعار والأرباح كان أصغر كلما زاد عدد المنشآت، وذلك عند مستوى 5% معنوية إحصائية. فأخذ ذلك كدليل على التأثير السلوكي لزيادة عدد المنشآت وذلك عند بناء التجارب، أي التأثير المترتب على زيادة تعقد مشكلة التكتل السري. (استبعد في تصميم هذه التجارب التأثير الهيكلي للتباين في هياكل الإيرادات الناجم عن التغير في عدد الشركات). وكانت هناك أيضاً بعض دلائل ضعيفة على الانخفاض النسبي للأرباح في حالة عدم توفر المعلومات، وذلك عند مستوى 10% معنوية إحصائية (في حالة الصناعة ذات المنشأتين) ولم يتحقق تعظيم الأرباح المشتركة في ظل التكتل السري إلا في حالة واحدة من الـ 26 حالة التي تم اختبارها. وعلى غير المتوقع كانت المنافسة إلى حد بعيد في ثمانية من الأسواق، فتحدد سعر أقل من سعر التوازن لكورنوت. ويعتقد دولبير أن هذه النتائج توحي بأن المنشآت قد تحتاج لسبع محاولات قبل أن تلجأ إلى التنسيق بين القلة المحتكرة.

بالإضافة إلى ذلك فهناك عدة دراسات أخرى يمكننا عرضها هنا باختصار:

أولاً ـ في دراسة سابقة قام بها كل من فوراكر وسيجل [Fouraker and Siegle (1963)] وجدا أن في احتكار القلة للسلع المتجانسة ومع اصطناع الأسعار كانت هذه الأسعار أقرب ما تكون للأسعار تحت المنافسة التامة. ولكن في (1966) أوضح ميرفي في دراسته أن بالإمكان الحث على سلوك أكثر تعاوناً إذا ادخل التخوف من حدوث الخسائر في التجربة.

ثانياً ـ قام كل من لويس وباس [Lowes and Pass (1970)] باختبار تأثير عدم تماثل ظروف التكاليف والطلب في سوق الاحتكار الثنائي للسلع المتميزة؛ فركز على السلوك التعليمي للمنشآت في المحاولات المتتالية موضحين أن في حالة اختلاف ظروف التكاليف والطلب بين المنشآت يكون

تباين الأسعار (في أربع محاولات متتالية) مائلاً إلى الزيادة، وإن كانت الأسعار في المتوسط منخفضة عنها في حالة تماثل ظروف التكاليف والطلب، وتتمشى في ذلك مع وضع المشتركين في التجربة حيث يتحتم عليهم مزيد من تحسس آراء منافسيهم في الأسواق غير المتماثلة. وقد أجرى لويس وباس تجربة أخرى أبلغ فيها المشتركين بأن لأحدهم ميزة تنافسية. ومن العجيب أن في هذه الحالات اتجاهاً ملحوظاً لتبني حل تعظيم الأرباح المشتركة إذ تبين للمشاركين أوضاعهم التنافسية النسبية وكانوا على استعداد لقبول التعاون. وفي ثلاث حالات من العشرة التي سمح فيها بخروج المنشآت الضعيفة حاول اللاعب المتسيد أن يدفع بخصومه خارج السوق، فيحقق لنفسه الاحتكار التام.

وتعاني الدراسات التجريبية من ضعف واضح حيث يستخدم فيها مشتركين تعوزهم التجربة، كما تستخدم ظروف مصطنعة فلا يأمل أن تعكس التاريخ والتعقيدات الحقيقية للسوق، أو هيكل المنافسة والتعاون الذي يتحقق في الواقع المعايش ومن جهة أخرى فإن اختبار عوامل بعينها تحت ظروف تجريبية يساعد على إبراز معاني ونظريات جديدة عن عملية المنافسة. لذلك فمن الممكن الاستفادة من هذه الأدلة في استكمال الملاحظات عن الواقع المعايش للأسواق.

(3-3) ملخص واستنتاجات: Summary and Conclusions:

تناول هذا الفصل موضوع التسعير في ظل احتكار القلة وإمكانيات رفع السعر فوق مستوياته المنافسية. في المبحث (3-1) قمنا بدراسة عدد من النظريات البديلة والمداخل النظرية للتسعير تحت احتكار القلة، مشيرين إلى الحلول المختلفة الممكنة لمشكلة احتكار القلة. في المبحث (3-2)، وبالمقابل قمنا بدراسة القضية الخاصة بالتنسيق بين القلة المحتكرة وإلى أي مدى يمكن رفع السعر باتجاه مستويات الاحتكار التام. وقد تمت مناقشة عدد من العوامل التي تؤثر على التنسيق بين القلة

المحتكرة، كذلك قدمت بعض الأدلة المحدودة المتصلة بهذه العوامل.

ويتضح من المواضيع التي تم نقاشها في هذا الفصل أن تسعير احتكار القلة يعد من المسائل المعقدة وأنه ليست هناك ثمة نظرية واحدة يمكن تطبيقها على كل، أو في معظم صناعات القلة المنحتكرة. غير أنه وللتعميم العريض فإن عوامل مثل التركيز العالي واستقرار ظروف السوق، وتجانس التكاليف وظروف الطلب، والمعلومات التامة وما إلى ذلك، من شأنها أن تسهل التنسيق بين القلة المحتكرة وبالتالي تؤدي إلى أسعار أكثر ارتفاعاً. وقد لوحظت بعض الأدلة المحدودة التي تساند هذه الفرضيات، وسوف نتناول أدلة أكثر عرضاً من الاقتصاد القياسي عن الأربحية والتركيز وذلك في الفصل الخامس.

ملحق (3-1) نموذج اتحاد المنتجين السائد:

The Dominant Cartel Model:

يتتبع سافنج Saving (1970)، نفترض هنا اتحاداً للمنتجين له السيادة في السوق ويتكون من العدد (K) منشأة بالإضافة إلى (n-k) منشأة امتياز تنافسية تعمل منشآت الامتياز كآخذة للسعر بالسوق ولها منحنى عرض S(P) عادي، ذو انحدار موجب (حيث أن P تمثل سعر السوق). تحت ظروف العرض S(P)، فإن اتحاد المنتجين السائد يختار P حتى يعظم أرباحه في وجود طلب السوق D(P)، وبذا يواجه اتحاد المنتجين صافي الطلب:

$$N(p) = D(p) - S(p) \qquad \text{(A 3.1)}$$

بأخذ التفاضل الأول للمعادلة (A3-1) بالنسبة لـ P، وضرب طرفي المعادلة في (P/N).

$$N'(p)(p/N) = D'(p)(p/N) - S'(p)(p/N) \qquad \text{(A3.2)}$$

فإذا عرفنا مرونات الطلب والعرض بالصيغ التالية:

$$\mu_N = -N'(P)(P/N), \quad \mu_s = S'(P)(P/S). \quad \mu_D = -D'(P)(P/D)$$

أمكننا كتابة (A3-2) كما يلي:

$$- \mu_N = \mu_D (D/N) = \mu_s (S/N) \quad (A3.3)$$

يسعى اتحـاد المنتجين السائـد إلى تعظيم الأربـاح بـالنسبـة لمنحنى الطلب الصافي N (P) (انظر الشكل 3-5). وعليه فإنه يضع هامشاً (للسعر التكاليف) مساوياً $1/\mu_N$ وبالإحلال من (A3-3)، نجد أن:

$$\frac{p - MC_k}{P \quad \mu} = \frac{1}{(M_D (D/N) + \mu_S (S/N)} \quad (A\ 3\text{-}4)$$

حيث أن MC_k التكلفة الحديـة لاتحاد المنتجين السـائد. ولمـا كان بإمكاننا تعريف نسبة التركيز لـ K منشأة كـ $C_k = N/D$، يكون لدينا $N/D =$ $1/C_k$ و $S/N = (1 - C_k)/C_k$. وبالإحلال وضرب بسـط ومـقام (A3.4) في C_k، نحصل على:

$$\frac{P + MC_k}{P} = \frac{C_k}{\mu_D + \mu_s (1 - C_k)} \quad (A\ 3\text{-}5)$$

كذلك بما أن المنشآت التنافسية تساوي بين السعر والتكلفة الحدية، $MC_n - K$ يكون هامش (السعر ـ التكاليف) المرجح بالأنصبة السوقية للسوق كله:

$$\frac{P - MC_w}{P} = \frac{C^2_k}{\mu_D + \mu_s (1 - C_k)} \quad (A\ 3\text{-}6)$$

حيث أن MC_w المتوسط المرجح للتكلفة الحدية.

وتشيـر المعـادلتـان (A3 - 5) و (A3-6) إلى أن هـامش (السعـر ـ التكاليف) للمنشآت السائدة وللسوق ككل يتناسب طردياً مع C_k وعكسياً مع

μ_D و D_s. فبافتراض ثبات باقي العوامل ولقيم معينة لـ μ، و μ_s و μ_D يتحرك هامش (السعر ـ التكاليف) و C_k في نفس الاتجاه وعلى ذلك فإن التغيرات السوقية والتي تميل إلى زيادة قيمة C_k (تاركة μ_D و μ_s نسباً ثابتة) سوف تؤدي إلى زيادة هامش (السعر ـ التكاليف). ففي هذا النموذج إذا، تلعب نسبة التركيز للـ K منشأة دوراً مفيداً كمؤشر لأثر اتحاد المنتجين على سعر السوق، وذلك إذا ما أخذت في الاعتبار التغيرات الممكنة في مرونات الطلب والعرض.

ملحق (3-2) احتكار القلة المعمم (المتجانس):

Generalized (Homogeneous) Oligopoly:

بتتبع كلوينج وواترسون Clowing and Wakerson (1976) (كما طورت بواسطة كلارك وديفز Clark and Davies, 1982)، نفترض سوقاً لسلعة متجانسة تعمل بها (n) من المنشآت $(i = 1,2,3...,.. n)$. وإنتاج المنشأة i هو (x_i) وتكلفتها الحدية هي (MC_i)، بينما سعر السوق $[P = P(X)]$. حيث أن $(X = \Sigma_i x_i)$ هو الإنتاج الكلي للسوق. وللمنشأة (i) أيضاً توقعات حدسية (وفقاً لكلارك وديفز) تظهر كما يلي: $(dx_j/dx_i = \alpha X_j/X_i \text{ for } j \# i)$ ويعني ذلك أن كل منشأة تتوقع استجابة بنسبة ثابتة (α) في إنتاج كل من المنشآت المنافسة.

تنشد المنشأة (i) تعظيم الأرباح:

$$\pi_i = p(x)(x_i) - c_i(x_i) \qquad \text{(A3.7)}$$

حيث أن $C_i(x_i)$ التكاليف الكلية. بالمفاضلة بالنسبة لـ x_i يكون شرط الدرجة الأولى (Firsr - Order Condirion) هو:

$$\frac{d\pi_i}{dxi} = p(x) + (x_i)\, p'(x) \frac{dx}{dxi} - MC_i = 0 \qquad \text{(A 3-8)}$$

ولما كانت المنشأة تتبنى تغيرات حدسية ذات نسبة ثابتة يكون لدينا:

$$\frac{dx}{dx_i} = 1 + \sum_{j \neq i} \frac{dx_j}{dx_i} = 1 + \alpha \sum_{j \neq i} \frac{x_j}{x_i} = 1 + \alpha \left(\frac{x}{x_i} - 1 \right)$$

بالإحلال في (A3-8) وبضرب كل المقادير في x_i نحصل على:

$$px_i - x_i^2 \left(\frac{1}{\mu} \right) \frac{P}{x} \left[1 + \alpha \left(\frac{x}{x_i} - 1 \right) \right] - MC_i x_i = 0 \qquad (A\ 3\text{-}9)$$

حيث أن (μ) تمثل المرونة السعرية لطلب السوق (مأخوذة كقيمة موجبة)، لاحظ وعلى وجه الخصوص، أن ($H = \Sigma_i x_i^2/x^2$) هي مؤشر هيرشمان - هيرفيندال للتركيز. وعلى ذلك فبجمع (A3-9) لكل الـ n منشأة نجد أن:

$$Px - \left(\frac{H}{\mu} px + px \frac{\alpha}{\mu} - \frac{H\alpha}{\mu} px \right) - \Sigma MC_i x_i = 0 \qquad (A\ 3\text{-}10)$$

والتي يمكن إعادة ترتيبها لتعطي:

$$\frac{p - \Sigma_i MC_i (x_i/x)}{P} = \frac{H(1 - \alpha) + \alpha}{\mu} \qquad (A\ 3\text{-}11)$$

يتضح من معادلة (A3-11) أن (هامش السعر - التكاليف) المرجح بالأنصبة السوقية في هذه الصناعة يتناسب طردياً مع كل من (H) و (α)، وعكسياً مع (μ).

وبفرض ثبات باقي العوامل، فإن الزيادة في التركيز مقيسة بمؤشر هيرفينزال سوف ترتبط بالزيادة في هامش (السعر ـ التكاليف)، والقيم العالية لـ (α) (التي تعني زيادة أكبر في استجابة انتاج المنافسين) تؤدي أيضاً إلى قيم أعلى لمتوسط الهوامش. وعليه فإن (α) تقدم مؤشراً طبيعياً للسلوك التنسيقي للمشتركين في السوق في هذا النموذج. ويمكن أيضاً أن نوضح أنه عندما تكون التكاليف الحدية ثابتة، فإن الزيادة في (α) تؤدى إلى زيادة في تركيز السوق (H) بالإضافة إلى تأثيرها على هامش السعر ـ التكاليف) (انظر كلارك وديفز 1982).

ملاحظات:

(1) القراء الذين لا يمكنهم متابعة التفاضل بإمكانهم أن ينتقلوا إلى الفقرة التالية عن الإيضاح البياني لحل كورنت. وعند نقطة أو اثنتين من هذا الفصل لا توجد حلول بيانية وقد استخدمت بهذه الحالات بعض مبادىء الجبر.

(2) الحل التنافسي يتبع فوراً شرط تساوي السعر والتكلفة الحدية ($P_c = MC$) وسعر الطلب يكون [$P = \alpha - BX$]. وحل المحتكر يتحقق لأن في وجود منحنى طلب خطي يكون ميل منحنى الإيراد الحدي مساوياً لضعف ميل منحنى الطلب وبذا ينتج المحتكر نصف انتاج المنافسة، أي أن $x_m = \frac{1}{2}$ $[\alpha - C)]]\beta]$.

(3) يمكن تمديد هذه الأفكار لتشمل ظروف تكاليف أكثر عمومية، انظر على سبيل المثال سيد (Seade (1980 كذلك وكما نوقش أسفله فإن النماذج الأكثر عمومية والتي تسمح باللامساواة بين أحجام المنشآت توضح أن الأسعار (أو الهامش بين السعر والتكاليف الحدية) سيكون مرتبطاً بمؤشر هرشمان ـ هرفندال للتركيز وذلك في نموذج كورنت (وما يتصل به).

(4) يمكن الاطلاع على كوتسيانس (Koutsoyiannis (1975 من أجل المزيد من النقاش القياسي لبساطة التغيرات الحديثة في نموذج كرونت وقد طور

كل من سيرت ودي جروت (Cyert and de Groot 1973) نموذج ادخلت فيه عملية التعلم في إطار حركي.

(5) داخل إطار نموذج كورنت كنموذج ساكن، يظهر عدم الإتساق (في المعادلة رقم 9-3 مثلاً). بفرض أن ليس هناك رد فعل في الإنتاج، وهي في الحقيقة تعني رد فعل من المنشأة رقم $(1)\ dx_1/dx_2 = -\frac{1}{2}$. وبالمثل للمنشأة رقم (2). عدم الاتساق إذاء يعد من سمات توازن كورنت وليس فقط لعملية التعديل الحركي. وسيدرس هذا الأمر أكثر عند مناقشة أحدث الأفكار التي طورت عن التوازنات الحدسية المتسقة.

(6) تنطبق نتيجة مشابهة أيضاً في حالة الأسواق المتنازعة (الفصل 4). في تلك الحالة يكون السوق مفتوحاً تماماً لدخول منافسين حدد، ويتضمن التخوف من هذه المنافسة أن لا يتحقق غير سعر المنافسة.

(7) انظر، مثلاً فريدمان (Friedman (1977, pp. 38-9, and Ch. 3.

(8) خصائص منحنى الأرباح المتساوية والنتائج الأخرى في هذا المبحث تتعلق كلها بحالة الدالة الخطية لطلب السوق وثبات التكاليف. ويمكن اشتقاق هذه النتائج بطريقة تحليلية ولكن أسقط هذا التحليل هنا من أجل التيسير.

(9) يمكن اعتبار هذا النموذج كنموذج لاحتكار القلة بعدد محدود من التابعين، أو كمخالف لنموذج للاحتكار يتضمن منشأة سائدة والعديد من الموردين التبع وبالرغم من أنه لا يعد نموذجاً لاحتكار القلة وفقاً للترجمة إلا غيرة، فإن من الأنسب دراسته هنا.

(10) كما أبرزت في ملحوظة رقم (3) عاليه فإن مؤشر (H) للتركيز يأتي وبطريقة طبيعية جداً في هذا النوع من النماذج. ولأن نموذج كورنت يعد حالة خاصة من نموذج كولينج واترسون (حيث $M = 0$) فإن الصلة بين (H) ومتوسط الفرق بين السعر والتكلفة الحدية غير مرتبطة بالنقطة التي نود إبرازها هنا والمتعلقة بالتنسيق السوقي.

(11) هذه النقطة غير واضحة مباشرة من المعادلة (3-12) حيث أن (H) تتغير تبعاً لقيمة (α) إيضاً. لمزيد من التفصيل يمكن الاطلاع على كلارك وديفز (Clark and Davies (1982, p. 381).

(12) حالة (r= 1) تكافىء السعر الحدسي لبرتراند. وللتأكد من ذلك لاحظ أن توقع أن يغير الخصم من سعره تكافىء توقع أن الخصم سوف يعادل أي زيادة في إنتاج المنشأة.

(13) من المراجع المفيدة بيري (1982) Perry، وألف (1983) Ulph وكـامين وسكوارتز (Kamien and Schwartz (1983).

(14) عمـوماً، تتـطلب الاستجابـات الحدسيـة المتسقة أن تتـطابق كل من الاستجابات الحقيقية والمتوقعة (أي أن التفاضلات من الدرجة الأولى والدرجات الأعلى تكون متساوية) في هذه الحالة بالطبع، فإن جميع التفاضلات من الدرجات الأعلى تكون مساوية للصفر.

(15) أوضح برسناهات (1981) Bresnahan أن توازن هذه الإستجابات المتسقة فريدة من نوعها في مجموعة الاستجـابات الحـدسية متعـددة الحدود Polynomial.

(16) لمزيد من النقاش يمكن الاطلاع على بيري (1982) Penry.

(17) يجب ملاحظة أن سويتزي (8-407 :Sweezy (1939, pp قد شعر أن هناك ميلاً للأسعار بالتزايد في حالة زيادة الطلب، ولو أنه قد حاجـج بأن الأسعار ستميل إلى تغيير توقعات المنشآت، مما يجعلهما أقل تشاؤوماً في توقعهم بأن يقوم المنافسون بتقليد خفض الأسعار وألا يقلدوا زيادة الأسعار وعلى ذلك فالتأثير المعاكس للنقص في الطلب سوف يقوي من مقاومة خفض الأسعار في حالة الكساد.

(18) إنني حقاً شاكر لستيف ديفز Steve Davies لهذه النقطة.

(19) حساب أولي مفيد لنظرية المباراة تجده في كتاب باكاراتش Bacharach

(1916) ، وللتطبيقات على نظرية احتكار القلة يمكن الاطلاع على شابيك (1980) Shubik و (أكثر تقدماً) فريدمان (1977) Friedman.

(20) لقد لوحظت هذه النقطة بالطبع في حالة التوازن الحدسي المتسق الذي تم تحليله في القسم (3-1-1) عاليه.

(21) انظر على سبيل المثال نولد وسيداك (1981) Nold and Sidak.

(22) قائمة العوامل الأخرى التي اقترحت تعد طويلة جداً. هناك نقاش شامل لها في كتاب سيكرر (1980) Scherer.

(23) الدراسات على بيانات بريطانيا، انظر سوان (1974) ,.Swann et al وأوبرين)1969) ,.O'Brien et al. تهتم هذه الدراسات أساساً بمؤثرات سياسية تقيد الممارسات التجارية وتناقش أكثر في الفصل 11.

الفصل الرابع
عوائق الدخول
BARRIERS TO ENTRY

والآن نحول إهتمامنا عن المنافسة الحقيقية في الأسواق لندرس السؤال عن المنافسة الممكنة وعوائق الدخول. فقد كان ذلك مجالاً بحثياً نشطاً في السنين الأخيرة، وقد تمت فيه عدة تطورات هامة. واتخذت أغلب هذه الأعمال الطابع النظري، وسنركز فيما يلي على التطورات النظرية. كما سنعرض بعض الدلائل العملية بصورة مختصرة في مبحث (4-1) وأيضاً في الفصول التالية.

يناقش مبحث (4-1) العمل الرائد لـ جي. إس. بين J. S. Bain عن عوائق الدخول، والذي يقدم الأساس للكثير من الدراسات التي تلته في هذا الحقل. يتبع ذلك في مبحث (4-2) نقاشاً عن عوائق الدخول والتسعير تحت احتكار القلة في نظرية تحديد السعر. ثم يستعرض مبحث (4-3) التطورات الجديدة، فيما يتعلق بالاستراتيجيات الحديثة للحد من الدخول، ثم لمحة مختصرة عن الأسواق التنازعية (Contestable markets).

سوف نبدأ بعرض مختصر عن بعض التعاريف البديلة لعوائق الدخول التي استخدمت في الدراسات السابقة. فقد أفعم نقاش عوائق الدخول بالحيوية ولسنوات طويلة بالحوار حول ما يمكن وما لا يمكن اعتباره من العوائق ولم يتم التوصل إلى حل عام للمشكلة حتى الآن[1]. في هذا الفصل

(وفي الفصل السادس عندما يبرز الموضوع مرة أخرى) سوف أتبنى المنهج الأكثر شمولاً والذي اقترحه بين (Bain, 1956)، ويربط بين عوائق الدخول والمقدرة على رفع السعر بما يزيد عن تكلفة الوحدة. لقد قدمت اقتراحات أخرى (من اقتصاديين مرتبطين بشيكاجو)، وسنتعرض لاثنتين منها إلى جانب تعريف بين:

أولاً - حاول عدة كتاب مثل ديمستز، وبروزن (Demsetz, 1982) و (Brozen, 1975)، قصر فكرة عوائق الدخول على تلك القيود الحكومية على الدخول. ولهذا المنهج جذوره في الاقتصاد التقليدي، وبالذات في أعمال آدم سميث (1970). وفقاً لهذا التعريف تعد التعريفة الجمركية مثالاً واضحاً لعوائق الدخول حيث تحد من قدرة المنتجين الأجانب على دخول السوق المحلية. ولكن وكما جادل ديمستز فإن أي قيود حكومية ترفع من تكلفة الإنتاج تعد عائقاً للدخول. ويعطي مثالاً لذلك بسيارات التاكسي العاملة بالمدن، فمن الواضح أن مطالبة أصحاب سيارات التاكسي بحمل ترخيصاً لتشغيل سياراتهم يعد عائقاً إذا ما أدى ذلك إلى الحد من عدد السيارات التاكسي إلى أقل مما قد يكون عليه عددها في غياب هذا القانون. وفي رأي ديمستز، حتى ولو لم تكن كمية الرخص المتاحة محدودة إلا أنها تمثل عائقاً (من المحتمل ألا يكون كبيراً) إذا أدى إلى رفع تكلفة تشغيل سيارة التاكسي وبالتالي يؤدى إلى إعاقة الدخول بأسلوب مصطنع. وكذلك تعد قواعد السلامة مثل اختبار السيارة والمطالبة بوجود أحذمة السلامة بسيارات التاكسي، جميعها عوائق للدخول حيث تؤدي إلى الزيادة الإضافية في تكاليف تشغيل التاكسي[21]. ومن جهة نظر ديمستز عندما ترتفع التكاليف بسبب القيود الحكومية فضلاً عن حدوثها بشكل طبيعي في السوق فسوف يحدد الدخول ويكون هناك عائق للدخول.

هذا الخط المتشدد نوعياً، له أصوله من وجهة النظر القائلة بأن عوائق الدخول يمكن أن تنشأ فقط كنتيجة للتدخل الحكومي لأن الحكومة تملك القوة (القانونية) لمنع الدخول. وفي غياب القيود الحكومية، فإن الاقتصاد

الحر التنافسي سوف يقضي على أي ريع للمحتكر في المدى البعيد. ولذا فالحكومة فقط هي التي تملك القوة لمنع حرية المنافسة. ولكن هذه المجادلة، لا تمثل إلا تعبيراً عن الأبحاث بالاقتصاد التنافسي وتتجاهل إمكانية وجود قوة سوقية عائقه للدخول في غياب القيود الحكومية. وسيجادل معظم اقتصاديي الصناعة بأن عوائق الدخول غير الحكومية يمكن أن توجد، ولذا فهم يؤيدون تعريفاً أكثر شمولاً عن تعريف هذه المدرسة الفكرية. والتعريف الثاني قدمه ستيجلر، ويركز على عدم التماثل في ظروف الطلب والتكاليف بين المنشآت القائمة والتي يمكن دخولها. وبالتحديد فهو يعرف عائق الدخول بتلك التكلفة الإنتاجية (عند مستوى معين أو عند كل مستويات الإنتاج) التي يجب أن تتحملها المنشأة الراغبة في دخول الصناعة والتي لا تتحملها المنشآت الموجودة أصلاً بالصناعة (Stigler, 1968). فوفقاً لهذا التعريف تعد أية ميزات للمنشآت القائمة على المنشآت الجديدة التي يمكن دخولها، عوائق للدخول وتمثل مصدراً لإمكانية تحقق ريع المحتكر في المدى البعيد. أما إذا تماثلت ظروف الطلب وتكلفة الإنتاج للمنشآت القائمة والجديدة فلا وجود لعوائق الدخول من وجهة نظر ستيجلر.

التعريف الثالث لعوائق الدخول، والأكثر استخداماً في اقتصاديات الصناعة، قدمه بين. ويشير بين كذلك إلى الميزات التي تتوفر للمنشآت القائمة دون الجديدة، لكنه وبصورة محددة يربط عوائق الدخول بـ:

> «إلى أي حد، وفي المدى الطويل، يمكن للمنشأة القائمة أن ترفع أسعار مبيعاتها فوق الحد الأدنى لتكلفة انتاج وتوزيع الوحدة (التكاليف المرتبطة بالإنتاج الأمثل) دون أن تغري منشآت جديدة بدخول الصناعة» (Bain, 1968, p. 252).

فمن وجهة نظر بين، الأثر المتوقع لعوائق الدخول (استقرار الأسعار عند مستوى أعلى من الحد الأدنى لتكلفة الوحدة المنتجة في المدى البعيد) هو الذي يعرف طبيعتها. ويعد هذا التعريف أشمل من تعريف ستيجلر،

حيث أن بين يعتبر اقتصاديات الحجم كعائق للدخول لأنها قد تساعد على دوام التسعير عند مستوى أعلى من الحد الأدنى لتكلفة الوحدة (انظر مبحث 4-1). وقد جادل ستيجلر بأن اقتصاديات الحجم لا تعد عائقاً للدخول إذا ما توفرت نفس ظروف التكاليف لكل من المنشآت القائمة والجديدة عند أي مستوى للإنتاج. ويختلف تعريف بين أيضاً عن تعريف ديمستز، فقد جادل ديمستز بأن مطالبة أصحاب التاكسي بالحصول على ترخيص يعد عائقاً للدخول حتى ولو كانت متوفرة للجميع عند سعر تنافسي، ولا يقبل بين بذلك حيث أن كلاً من أصحاب التاكسي ومنتجي التراخيص لا يحققون أرباحاً غير عادة في هذه الحالة.

وكما سنرى فيما يلي، يعتبر تعريف بين أكثر التعاريف الثلاثة التي نوقشت هنا إثارة للجدل. فتعريفه لعوائق الدخول بطريقة مبنية على الآثار المترتبة عليها، قد أدخل السلوك الإداري للسوق (Conduct) وكذلك ظروف السوق في تعريفه. وذلك على عكس ما هو عليه الحال في تعريف ديمستز وتعريف ستيجلر، والتي تستقل في الأساس عن السلوك الإداري للسوق. ومن جهة أخرى، كما سنرى أيضاً، فإن تعريف بين قد أثار قضايا هامة عن الاعتماد المتبادل بين كل من الهيكل والسلوك الإداري للسوق، والتي أصبحت مصدراً للكثير من البحوث المثمرة عن عوائق الدخول. ولهذا السبب فقد اتبعت وكذلك معظم الدارسين بهذا الحقل تعريف بين الأكثر شمولاً.

(4-1) عوائق أمام المنافسة الجديدة:

Bain's Barriers to New Competition :

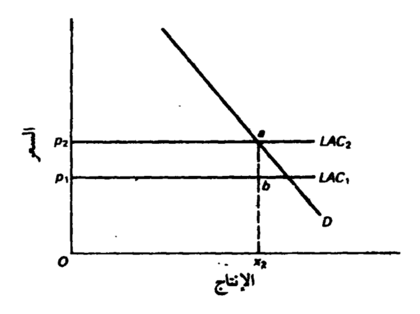
تم نشر العمل الرائد لبين عن عوائق المنافسة الجديدة، وفي الأصل سنة (1956) (انظر كذلك بين 1954, 1968). في تلك الدراسة، تناول بين ثلاثة مصادر أساسية لعوائق الدخول وفقاً لتعريفه: الميزة المطلقة في التكاليف، واقتصاديات الحجم وتمييز المنتجات. في هذا المبحث سوف نتناول كل من هذه المصادر كأساس للتطورات المترتبة في هذا الفصل وما يليه من فصول.

سوف أبدأ بعرض سريع لمفاهيم «بين» عن الحد الأعلى للسعر المنفر أو العائق للدخول (maximum entry forestalling price)، وشرط الدخول. يفترض بين أن لكل سوق هناك ما يسمى بالحد الأعلى للسعر المنفر للدخول، وهو أعلى سعر يمكن للمنشآت القائمة أن تضعه دون الإغراء بالدخول. ثم يعرف شرط الدخول كالنسبة المئوية لزيادة الحد الأعلى للسعر المنفر للدخول عن الحد الأدنى الممكن للتكلفة المتوسطة للمنشآت القائمة[3]. وبمعنى آخر، فشرط الدخول يقيس «ارتفاع» عوائق الدخول في السوق كما عرفه بين فهو مفهوم يتصل بالمدى الطويل، وبالتحديد فإنه مستقل عن سعر المدى القصير الموضوع بواسطة المنشآت القائمة ويبين شرط الدخول الحد الأقصى لزيادة السعر عن متوسط التكاليف والتي يمكن أن تسود في المدى الطويل. لذا، فهو يعطي مؤشراً عن المدى الذي يمكن للتدفق الحر للموارد بين الصناعات تحقيقه في المدى الطويل، وإلى أي مدى يتم توزيع الموارد بطريقة دون الكفاءة.

ولكن يجب مراعاة أن هذه الزيادة في السعر لا تتحدد كلية على أسس موضوعية، فكما تناقش صراحة في مبحث (2-4) التالي فإن تحديد الحد الأعلى للسعر المنفر للدخول يتم بناء على الظروف المادية للسوق بالإضافة إلى توقعات المنشآت الداخلة. وتدخل الاعتبارات الاستراتيجية الاعتيادية في تشكيل توقعات الداخلين، وذلك في حالة ما إذا كانت المنشآت القائمة أصلاً بالسوق قلة محتكرة أو إذا كان السوق قائماً على الاحتكار التام. وببساطة، إذا توقعت المنشآت الداخلة أن يقابل دخولها بمنافسة سعرية مركزة من قبل المنشآت القائمة أصلاً بالسوق، فإنهم يكونون أقل استعداداً للدخول عما هو الحال إذا ما توقعت استجابة أكثر ليناً. وعليه، فسيميل الحد الأعلى للسعر المنفر للدخول للإرتفاع، كلما زاد تشاؤم توقعات المنشآت الداخلة بالنسبة للمنافسة عقب دخولهم. ويشكل ذلك الأساس النظرية حد السعر والتي سيأتي نقاشها في مبحث (2-4). وكما فعل بين، نؤجل نقاشها الآن حتى نركز على الشروط الموضوعية للسوق.

(4-1-1) المزايا المطلقة للتكاليف: Absolute Cost Advantages:

تتصل العوائق التكاليفية المطلقة بمقدرة المنشآت القائمة على إنتاج أي مستوى من الإنتاج بتكلفة أقل عما تستطيعه المنشآت الداخلة. في الحالة المبسطة للتكاليف الإنتاجية الثابتة في المدى البعيد، يكون للمنشآت الداخلة



شكل رقم (4-1)

منحنى التكاليف (LAC_2) الذي يقع أعلى منحنى التكاليف للمنشآت القائمة (LAC_1)، الشكل (4-1) لنفترض أن المنشآت الداخلة تتوقع أن تحافظ المنشآت القائمة على أسعارها قبل الدخول. إذاً، يكون الحد الأقصى للسعر المنفر للدخول في الشكل (4-1) هو (P_2)، وتكون الأرباح غير العادية في المدى البعيد مساوية للمساحة ($P_1 P_2 ab$) بهذه الصناعة. في هذه الحالة البسيطة يكون شرط الدخول مساوياً للميزة التكلفية المطلقة التناسبية للمنشآت القائمة كالآتي[4].

$$\frac{P_2 - P_1}{P_1} = \frac{LAC_2 - LAC_1}{LAC_1}$$

وقد عرف ستيجلر المزايا المطلقة في التكاليف للمنشآت القائمة كأحد عوائق الدخول. وقد تنشأ هذه المزايا لأسباب مختلفة. فمثلاً، قد يكون للمنشآت القائمة اليد أو السيطرة على تقنيات إنتاجية أفضل بالنسبة لتلك المتوفرة للمنشآت الداخلة، كحق اختراع أساسي. أو أن تمتلك المنشآت القائمة موارد أفضل، بما في ذلك من كفاءات إدارية بالنسبة لما تملكه المنشآت الداخلة. كذلك، فقد يتحتم على المنشآت الجديدة دفع أسعار أعلى للموارد مقارنة بما تدفعه بالمنشآت القائمة، فربما تحصل الأخيرة على تخفيضات من الموردين على الكميات الكبيرة التي تشتريها. ومن الأمثلة الهامة لهذه الإمكانية الثالثة، والتي أشار إليها بين، ما يتعلق بتكلفة رأس المال، وخاصة عندما تكون المنشآت المتوقع دخولها صغيرة الحجم، فقد تجابهها مصاعب في الحصول على رأس المال عند معدل الفائدة التنافسي. فهي إما أن تحصل على رأس المال بمعدل فائدة فعلى مرتفع بالنسبة لما تدفعه المنشآت القائمة أو ببساطة لا يتوفر لها رأس المال بالكميات المطلوبة. وهذا يعني أن تتضاءل فرص الدخول بدرجة كبيرة في الصناعات ذات الاحتياجات المالية الضخمة. وعلاوة على ذلك، وحتى إذا ما درسنا حالة الدخول الكبير الحجم والمتنوع إلى السوق، فقد تبقى المنشآت القائمة متميزة بالنسبة لتكلفة رأس المال، بسبب وضعها المستقر بالسوق.

إنه لمن المفيد حقاً أن تكون لديك فكرة عن الأهمية العملية لمختلف عوائق الدخول ويمكننا أن نعطي لمحة مختصرة عن أعمال كل من بين Bain (1956) ومان (1966) Mann في هذا الخصوص. فقد أجرى بين حالة دراسية لـ 20 صناعة للسلع المصنعة بالولايات المتحدة في أوائل الخمسينيات ثم قام مان بدراسة متابعة لـ 13 صناعة إضافية. في كلتا الدراستين استخدم الدارسان خبراتهما في تقويم شروط دخول كل صناعة فصنفت العوائق إلى بسيطة ومعتدلة وعالية. وبالرغم من صغر العينة، وكونها مشتملة على صناعات ذات تركيز أعلى من المتوسط إلا أنها تعطي صورة مفيدة عن الأهمية العامة لعوائق الدخول. وفي الجدولين (2-4) و (1-4) نقدم تفصيلاً

كـاملاً عن النتـائج والأسـاليب المستخدمـة[5] في إعاقـة الدخـول إلى هذه الصناعات.

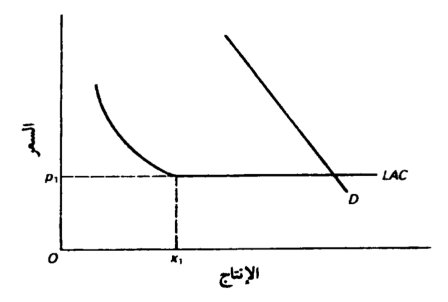
إذا نحينا جانباً الاحتياجات المالية لعائق للدخول في هذه اللحـظة، لوجدنا أن المصدر الأساسي للميزة المطلقة في التكاليف كما وجـدها بين ومان تتصل بالسيطرة على المواد الخام. فقد سجل بين عوائق مرتفعة من هذا المصدر في صناعات النحاس والصلب، وأضاف مان صناعتي الكبريت والنيكل. وقد لاحظ بين أيضاً أن الحماية المترتبة على حق الاختراع كانت لها أهمية في صناعة منتجات الجبس، لكنه قد وجد عوائق دخول بسيطة في كل من الحالات الأخرى. ومن جهة أخرى فقد وجد مان أن نسبة كبيرة من الصنـاعات تتسم بمـزايا مـطلقة في التكـاليف وعلى الأقل بـدرجة معتـدلة الأهمية. وفي الحقيقة، وكما يتضح من جدول (4-2)، فقد وجدها في ست حالات من الثلاث عشرة صناعة التي أضافها.

وتتجاهل هذه النتائج عائق الاحتياجات الرأسمالية، ولكن كما لـوحظ عاليه، فلهذا العائق التأثير الأساسي في الحد من عدد المنشآت المحتمل دخولها إلى السوق ولا يمثل عائقاً أمام كل المنشآت المتوقع دخولها. ومع ذلك فقد لاحظ بين أن في الكثير من الصناعات بالعينة، كان مقدار رأس المال المطلوب للدخول على مستوى إنتاجي كفء مقداراً كبيراً ويشكل ذلك الأساس لتصنيفه الوارد بجدول (4-1). وكما هو واضح فقد مثلت الاحتياجات الـرأسماليـة عائقـاً للدخول بـدرجة «معتـدلة» على الأقـل وذلك في نصف الصناعات العشرين التي شملتها دراسته. وقد توصل مان إلى خلاصة مماثلة (جدول 4-2)، وإن كان وعلى عكس بين، غير مستعد لتصنيف الاحتياجات الرأسمالية كعائق «مرتفع جداً».

(4-1-2) اقتصاديات الحجم: Economies of Scale:

ينشأ النوع الثاني من عوائق الدخول التي قدمها بين بسبب اقتصاديات

الحجم الكبير بالنسبة لحجم السوق. وليس للمنشآت القائمة ميزة تكاليفه في هذه الحالة على المنشآت الداخلة، بمعنى أن تكون قادرة على إنتاج معين بتكلفة أقل للوحدة. بل وينشأ عائق الـدخول بسبب عـدم قدرة المنشـآت الداخلة من تحقيق المزايا الكاملة لإنتاج الحجم الكبير دون أن يكون لها إسهام معنوي في إنتاج الصناعة (شكل 2-4).



الشكل (2-4)

في الحالة المبينة بالرسم تواجه المنشآت الداخلة معضلة. فإذا دخلت السوق بالحد الأدنى للإنتاج الكفء أو أعلى، فإنه تسهم بدرجة معنوية في زيادة إنتاج الصناعة ومن المحتمل أن تتسبب بذلك في خفض كبير في سعر السوق، وربما إلى أقل من تكلفة الوحدة. ومن جهة أخرى، فإذا دخلت بأقل من الحد الأدنى للإنتاج الأمثل، (X_1)، فستعاني من أضرار التكاليف، بفرض أن المنشآت القائمة تنتج عن (X_1) أو أعلى، ومرة ثانية ربما تمنى بالخسارة. وسوف تجد المنشآت القائمة طريقاً لرفع السعر أعلى من (P_1) في المدى الطويل دون إغراء أي منشآت جديدة بالدخول[6] إلى السوق.

جدول رقم (4-1): عوائق الدخول في العشرين صناعة بعينة «بين»[a]

العوائق الكلية	عوائق الدخول			
	اقتصايات الحجم	تمييز الإنتاج	التكاليف المطلقة	احتياجات رأس المال
«عالية جداً»				
السيارات	III	III	I	III
السجاير	I	III	I	III
أقلام الحبر b	n/a	III	I	I
المشروبات	I	III	I	II
الجرارات	III	III	I	III
الآلات الكاتبة	III	III	I	n/a
«العالية»				
النحاس	n/a	I	III	n/a
آلات زراعية كبيرة b	II	III	n/a	
تكرير النفط	II	II	I	III
الأحذية[b]	II	II	I	θ
الصابون	II	II	I	II
الصلب	II	I	III	III
«المعتدلة أو المنخفضة»				
الفواكه والخضر المعلبة	I	I-II	I	I
الإسمنت	II	I	I	II
الطحين	I	I-II	I	θ
الجبس	n/a	I	III	I
تغليف اللحوم	I	I	I	I or θ
صناديق معدنية	n/a	II	I	I
الحرير	II	I	I	I
الإطارات والأنابيب	I	II	I	II

ملاحظات على الجدول:

(a) عائق الدخول مصنف إلى عال (III) ومتوسط (II) أو منخفضة (I). ليس لعائق التكاليف المطلقة من عوائق متوسطة. لعائق الاحتياجات الرأسمالية، (θ) تمثل أكثر العوائق انخفاضاً، ويرمز (n/a) لعدم توفر البيانات.

(b) فقط بعض أجزاء الصناعة. عوائق الدخول بالجزء الباقي صنفت كمعتدلة أو منخفضة.

(c) التصنيف تبعاً لتمييز المنتج يتعلق بالفترة عقب 1950. وبالطبع III تشير إلى السنين الأولى، وتعني عوائق كلية عالية.

وبينما عادة ما توجد اقتصاديات الحجم في الصناعات التحويلية، فقد استطاع بين أن يعزي عوائق الدخول «المرتفعة» إلى هذا المصدر في ثلاث حالات من العشرين صناعة التي تناولتها دراسته (انظر جدول 1-4). في سبع صناعات إضافية، وجد بين أنها قد تسببت في عوائق دخول «معتدلة». وقد وجد مان عوائق دخول «عالية جداً» ناشئة عن اقتصاديات الحجم في صناعة الزجاج المسطح وأيضاً في التعبئة (إذا أخذت هذه الصناعة على المستوى الإقليمي). أيضاً لتقليص الألومنيوم عائق «معتدل الأهمية» لاقتصاديات الحجم. كلتا الدراستين إذاً، تعتبر أن عوائق اقتصاديات الحجم تعد ذات أهمية محدودة في الإطار الاقتصادي للولايات المتحدة. وبالرغم من ذلك فبين يرى أن اقتصاديات الحجم كانت عائقاً معتدلاً للدخول في نسبة كبيرة من الصناعات، وقد تكون الحالة كذلك في الاقتصاد الأصغر كما في بريطانيا.

(4-1-3) مزايا تمييز المنتجات:

Product Differentiation Advantages:

ينشأ النوع الثالث من عوائق الدخول وفقاً لبين بسبب تمييز المنتجات. ففي سوق يتسم بتمييز المنتجات، قد تكون للمنشآت القائمة ميزات على

جدول رقم (4-2): عوائق الدخول في الثلاث عشرة صناعة بعينة «مان»[a]

العوائق الكلية	عوائق الدخول			
	اقتصاديات الحجم	تمييز الإنتاج	التكاليف المطلقة	احتياجات رأسمالية
«عالية جداً»				
الكبريت	n/a	II	III	II
النيكل	n/a	II	III	n/a
عقارات	I	III	n/a	II
النجيلة	III	I	n/a	II
العلك	n/a	III	II	II
«عالية»				
اختزال الألومنيوم	II	I	II	II
الآت الأحذية	I	I	III	n/a
البسكويت	I	II	n/a	I
«المعتدلة أو المنخفضة»				
الحاويات الزجاجية	I	I	I	n/a
الخبيز b	I-III	I-III	I	I
الفحم القاري	I	I	II	II
المشروبات	I	I	n/a	n/a
منتجات النسيج	I	I	I	I

المصدر: مان (1966، جدول A 1، ص 301).

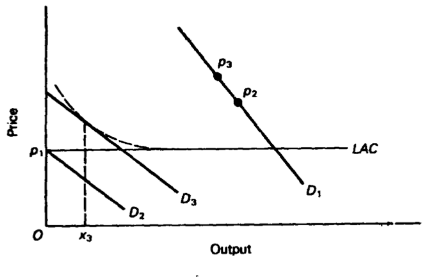
(a) عوائق الدخول مصنفة إلى غير مهمة)I)، ومعتدلة الأهمية II، ومهمة جـداً (III). ويرمز (n/a) لعدم توفر البيانات.

(b) ترتيب بديل للدخول بمخابز مستقلة (محلية) أو سلاسل مخازن البقالة.

المنشآت الجديدة الداخلة نتيجة لتفضيلات المستهلكين للسلع التي تنتجها تلك المنشآت[6]. وقد تحدث هذه التفضيلات في بعض الأحيان بسبب ما تملكه المنشآت القائمة دون غيرها من تصميمات أفضل من خلال حماية حق الاختراع. ولكن حتى في الحالات التي يمكن فيها عملياً تقليد السلع المنتجة من حيث النوعية والتصميم، فقد تظل للمنشآت القائمة ميزة ثقة المستهلكين. وقد يحدث ذلك عندما تكتسب ماركة معينة (أو بمعنى أعم اسم المنشآة) سمعة طيبة لتوريد النوعية الجيدة وبيع السلع والخدمات بسعر تنافسي، كذلك فإن الأثر المتراكم للإنفاق السابق على الدعاية ربما يكون قد بنى ثقة المستهلكين بالسلع القائمة وسنعني بهذه القضية بصورة منفصلة في الفصل السادس.

في هذه الظروف قد تتمكن المنشآت القائمة من البيع عند سعر يزيد على تلكفة الوحدة دون إغراء منشآت جديدة على الدخول. وبسبب تفضيل المستهلكين للسلعة القائمة، فقد يجد الداخل الجديد أن بإمكانه بيع الإنتاج المرغوب إما بخفض أسعاره بالنسبة لأسعار المنتجات القائمة أو بأن يتحمل نفقات أعلى لبيع الوحدة عما تتحمله المنشآت القائمة أو بكلا الإجرائين معاً. ولذلك فالداخل الجديد يعاني من مساوىء تكاليفية مطلقة بالنسبة للمنشآت القائمة وذلك بسبب تمييز المنتجات. ولكن يجب مراعاة أن هذه المساوىء ستبقى فقط لفترة محدودة حتى تستقر منتجات المنشأة الجديدة في السوق، فإن صادفت نجاحاً، تنافست منتجاتها والمنتجات القائمة أصلاً على قدم المساواة. ولكن ولما كانت المنشآت مهتمة بالقيمة الحاضرة لاستثماراتها، فإن التكلفة الإضافية في بداية الدخول والناشئة عن عائق تمييز المنتجات ستعمل على إعاقة الدخول، وكلما زادت هذه التكاليف طالت فترة الدخول، وكلما زادت هذه التكاليف طالت فترة الدخول، وكلما زاد معدل الخصم، والشكل (3-4) يعطى تصويراً مبسطاً لعائق تمييز المنتجات. لنفرض أن المنشآت القائمة لها احتكار تام ومنحنى طلبها هو (D_1) ، وأن لكل من المنشآت القائمة وتلك المتوقع دخولها نفس منحنى التكاليف المتوسطة الثابتة (LAC) ، كما

نفترض تجاهل مصروفات ترويج المبيعات من أجل البساطة. فلو كان للمنشأة القائمة ميزة نتيجة لتمييز السلعة المنتجة، فبإمكانها وضع سعر أعلى من متوسط التكاليف فلا تبقى للمنافس الجديد فرصة للربح تغريه بالدخول. ويفرض أن المنشأة الداخلة تتوقع ألا يتغير السعر بدخولها. إذن إذا وضعت المنشآت القائمة السعر (P_2)، كان منحنى طلب المنشأة الداخلة هو (D_2)، بينما يسمح السعر الأعلى (P_3) للمنشأة الداخلة بطلب أعلى (D_3) كما يتضح من الرسم، يكون الحد الأعلى للسعر المنفر للدخول هو (P_2)، وذلك لأن المنشأة المتوقع دخولها وبالطلب (D_2)، لا يمكنها أن تحقق أرباحاً عند أي مستوى للإنتاج. (يمكن تعديل هذه المجادلة إذا ما كانت ميزة تمييز السلعة المنتجة موقوتة بفترة محددة).



شكل (4-3)

وكما لاحظ بين، يمكن زيادة ميزة تمييز السلعة المنتجة في وجود اقتصاديات الحجم. إذا فرضنا وجود اقتصاديات الحجم بالشكل (4-3)، كما يوضحه الجزء المقطع من منحنى (ALC). إذاً لتمكنت المنشأة القائمة من رفع السعر إلى (P_3) دون إغراء منافسين جدد على الدخول بسبب ارتفاع تكلفة انتاج الحجم الصغير. وحتى إذا كان طلب المنشأة الداخلة هو (D_3) فإن بإمكانها فقط أن تغطي تكاليفها بإنتاج (X_3). من الواضح أن في وجود

كل من ميزات تمييز السلع المنتجة واقتصاديات الحجم فقد تواجه المنشأة الداخلة الكثير من المصاعب في الحصول على النصيب الكافي من السوق الذي يمكنها من الإنتاج الاقتصادي[8]. وهذه هي الحالة إذا ما توقعت المنشآت الداخلة بعض المنافسة السعرية عقب دخولها.

وقد وَجَد بين من دراسته العملية أن عوائق تمييز السلع عادة ما كانت مهمة جداً (انظر جدول 1-4). ففي رأي بين عوائق الدخول «العالية» من هذا المصدر قد نشأت في خمس صناعات وكذلك أيضاً في أجزاء من صناعتين أخريتين. وبالإضافة إلى ذلك، في سبع صناعات إضافية أو أجزاء منها، فقد أدى تمييز السلع إلى عوائق «معتدلة» للدخول. ومن جهة أخرى، في عينة مان، وبينما لوحظت عوائق دخول «مهمة جداً» في ثلاث صناعات، فقد كانت عوائق الدخول «غير مهمة» في أكثر من نصف الصناعات المأخوذة. (وقد تعكس نتائج مان تفوق منتج أو سلع عديمة الإسم التجاري في عينته). ويعد بين تمييز السلع بمثابة المصدر الأكثر أهمية لعوائق الدخول، وخاصة إذا ما أخذ في الحسبان تفاعلها مع اقتصاديات الحجم. فنتائج كلتا الدراستين توحي بأن تمييز السلع قد يولد عائقاً مهماً جداً للدخول، خاصة في صناعات السلع الاستهلاكية.

(4-1-4) عوائق الدخول الكلية:

Aggregate Barriers to Entry:

قد يوجد أكثر من نوع من عوائق الدخول في أي صناعة معينة، وحتى يتمكن بين من أخذ هذه الإمكانية في اعتباره وكذلك التفاعلات الممكنة بين عوائق الدخول، فقد رتب بين عينته، على أساس من عوائق كلية للدخول. وقد صنفت الصناعات في ثلاث مجموعات حسب شرط الدخول الكلي: مجموعة «عالية جداً»، حيث يمكن للمنشآت القائمة أن ترفع أسعارها بنسبة 10% أو أكثر دون أن تغري داخلين جدداً، ومجموعة «عالية» وتتراوح إمكانية رفع السعر فيها بين (5%-9%)، ومجموعة «معتدلة أو

منخفضة» ويمكن فيها رفع السعر في حدود (1%-4%). وقد تبنى مان منهج مشابه بالنسبة للثلاث عشرة صناعة التي أضافها.

يقدم الجدول رقم (2-4) و (1-4) النتائج المكتملة لعينات كل من بين ومان. وقد صنف بين ست صناعات أو أجزاء كمجموعة ذات عوائق دخول كلية «عالية جداً»، وست صناعات أو أجزاء كمجموعة ذات عوائق «عالية» وإحدى عشرة صناعة كمجموعة ذات عوائق «معتدلة أو منخفضة». وكما يلاحظ من الجدول، فإن عائق تمييز السلع هو السمة الخاصة في حالة العوائق الكلية «العالية جداً»، كما كانت كل من عوائق اقتصاديات الحجم (والاحتياجات الرأسمالية) أيضاً ذات أهمية في بعض الصناعات. في جدول (2-4)، نجد نتائج مان أكثر امتزاجاً ففي خمس صناعات من الثلاث عشرة صناعة كانت العوائق الكلية «عالية جداً»، ولكن لم يكن لأي من هذه العوائق دور سائد في كل الحالات وعلى الرغم من ضرورة تأكيدنا للطريقة العفوية التي تم بها تصنيف هذه المجموعات إلا أن الدلائل المجتمعة في الجداول (2-4) و (1-4)) تعطي بعض الأدلة عن الأهمية العملية لعوائق الدخول الخاصة ببين في حالة المنتجات الصناعية بالولايات المتحدة.

(2-4) نظرية الحد السعري: Limit Price Theory:

تناولنا في مبحث (1-4) قضايا المدى الطويل لظروف الدخول والحد الأعلى للسعر في السوق، ولم ندرس أي شيء عن السياسة السعرية للمنشآت القائمة، وكيف يمكن أن نتعامل مع ظروف الدخول.

عندما تشكل المنشآت القائمة احتكاراً للقلة (وعندما تكون هناك منشأة واحدة قائمة) فقد تتمكن من تنسيق جهودها لوضع سعر متفق عليه بالسوق. فإذا ما كان هذا السعر أعلى من الحد الأعلى للسعر المنفر للدخول فسوف يشجع ذلك على دخول منشآت جديدة، ويتسبب في خفض أنصبة المنشآت القائمة وكذلك الأرباح في المدى الطويل. ومن جهة أخرى، فإذا كان هذا السعر أقل من أو مساوياً للحد الأعلى للسعر المنفر للدخول أو حد السعر،

فلن يكون هناك أي دخول لمنشآت جديدة وسيدوم بقاء الأرباح والأنصبة السوقية الحالية في المدى الطويل. فإذا كانت المنشآت القائمة تعظم أرباحها في المدى الطويل، كما يفترض بين (القيمة الحالية لتدفقات الأرباح المستقبلية) إذاً فإنها تختار السياسة التي تتلاءم وذلك الهدف. وقد يدفعهم ذلك في بعض الحالات لأن يأخذوا في اعتبارهم إمكانية دخول منافسين جدد فيضعوا حداً سعرياً لمنع دخولهم.

وفي الواقع، فقد ميز بين أربع حالات ممكنة تبرز كنتيجة لهذه الاعتبارات أولاً، قد تكون ظروف الدخول سهلة. ففي هذه الحالة لا يمكن أن يختلف السعر في المدى الطويل عن سعر المنافسة. ثانياً: قد تكون شروط الدخول بحيث يعاق الدخول بلا فاعلية (ineffectively impeded) وفي ذلك يكون للمنشآت القائمة فرصة وضع حد سعري لمنع الدخول لكنها تفضل ألا تفعل ذلك. ثالثاً: قد يعاق الدخول بفاعلية (effectively impeded) عندما تحاول المنشآت القائمة وضع حد سعري لكي تعوق الدخول. وأخيراً فقد تحجم المنشآت الجديدة عن الدخول، وتفشل في هذه الحالة حتى أسعار المحتكر في إغراء منشآت جديدة للدخول.

في هذا المبحث نركز اهتمامنا على الحالة الثالثة لبين: الخاصة بالدخول المعاق بفاعلية. وستختبر أولاً: تحديد السعر الذي يكفي لمجرد منع الدخول (الحد السعري) تحت افتراض خاص بسلوك المنشآت الداخلة والمعروف بإسم افتراض سيلوس sylos postulate. وفي القسم (4-2-2) ندرس مظاهر ضعف هذا الافتراض ومنهج الحد السعري بصفة أكثر عمومية.

(4-2-1) التحديد السعري تحت فرضية سيلوس:

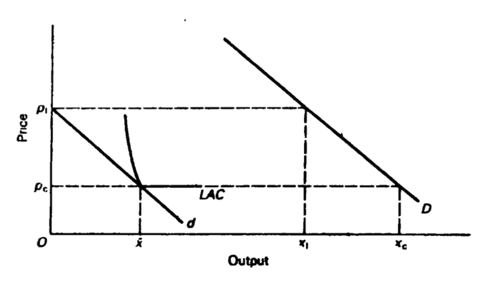
Limit Pricing under the Sylos Postulate:

من أجل استخدام مضمون عوائق الدخول في نظرية للتسعير تحت احتكار القلة، من الضروري أن نحدد توقعات المنشآت الداخلة فيما يختص برد فعل دخولهم على المنشآت القائمة. فما يهم المنشأة الداخلة هو زيادة

سعر السوق عقب دخولها عن تكلفة انتاج الوحدة عند المستوى المخطط للإنتاج. فهي تحتاج إلى عمل تخمينات عن ردود فعل المنشآت القائمة بالنسبة لدخولها حتى يتسنى لها أن تربط بين السعر عقب الدخول والسعر قبل الدخول. لقد اتبعت معظم الدراسات في هذا الحقل الاقتصادي الإيطالي سيلوس لابيني Aylos - Labini 1962[9] في عمل تخمينات مماثلة لافتراضات كورنوت. تعرف بفرضية سيلوس وفيه تتوقع المنشأة الداخلة أن تحافظ المنشآت القائمة على مستويات انتاجها الحالية بعد الدخول. وبناء على هذا الافتراض يمكن للمنشآة التي تخطط للدخول أن تقدر تأثير دخولها على خفض السعر بالصناعة وعما إذا كان هناك ما يبرر دخولها. والأمر الأكثر أهمية، هو أن المنشآت القائمة الآن تستطيع وتحت هذه الفروض أن تحدد السعر الذي يمكنها وضعه حتى تمنع أي منشأة جديدة من التفكير في الدخول. ونناقش مدى معقولية هذه الافتراضات في القسم (4-2-2)

ومن حيث المبدأ، يمكن استخدام فرضية سيلوس في تحليل التحديد السعري لأي موقف سوقي. وهي عادة ما تستخدم في حالة الدخول الموسع في الأسواق وفي حالة وجود عوائق اقتصاديات الحجم للدخول. وسوف نقصر اهتمامنا على هذه الحالة الأخيرة هنا. وقد عمل بهذا التحليل سيلوس وكذلك بين إلى حد ما، وإن تم تعميمه في دراسة هامة لمديجلياني (Mod-igliani 1958) وسوف نتتبع تحليله هنا.

نبدأ وللتبسيط بافتراض أن الحد الأدنى لمستوى الإنتاج الأمثل هو ($\bar{x}$) في الشكل (4-4) وأن المنشأة الجديدة ترغب في الدخول فقط عند هذا المستوى أو مستوى أعلى منه. وفي الشكل (4-4) ,(LAC) يمثل منحنى تكلفة انتاج الوحدة في المدى الطويل للمنشآت القائمة والجديدة الداخلة، و (D) يمثل طلب السوق. تحت فروض سيلوس، تتوقع المنشآت الداخلة أن تحافظ المنشآت القائمة على إنتاجها عقب الدخول. ولذا وفي وجود طلب (D) فإن المنشآت الجديدة الداخلة تتوقع أن تقاطع منحنى الطلب فقط عند نقطة إلى اليمين من الإنتاج الحالي للمنشآت القائمة. وسوف تبقى المنشآت القائمة إنتاجها ثابت بحيث إذا حاولت المنشآت الجديدة الدخول بمستوى



شكل رقم (4-4)

($O\bar{x}$) من الإنتاج، انخفض السعر دون مستوى سعر المنافسة (P_c). وكما يتضح من الرسم، فيكفي لذلك أن تضع حداً إنتاجياً. (OX_1) بحيث تكون المسافة ($X_c X_2$) مساوية (أقل بقليل من) لـ (OX) ويكون الحد السعري (OP_1). يمكن تصوير هذه النتيجة بأسلوب بديل، وذلك برسم منحنى طلب للمنشآت المتوقع دخولها، (d)، بحيث تقيس المحاور الأحدثيين. فبالحد السعري (OP_1) يقع هذا المنحنى للطلب أسفل منحنى تكلفة الوحدة في المدى الطويل عند كل المستويات (LAC)، فاشلاً في مجرد مسه من أسفل عند الحد الأدنى للإنتاج الأمثل. وعليه، فتحت فروض سيلوس يعاق دخول المنشآت الجديدة ويكون (OP_1) هو حد السعر.

ففي وجود فروض سيلوس يزيد حد السعر مباشرة تبعاً لاقتصاديات الحجم. ويمكن بيان ذلك باستخدام الحالة المبسطة لمنحنى الطلب الخطي. لندع (X) تمثل طلب السوق و (P) سعر السوق، ولنفترض أن:

$$x = \alpha - \beta P \tag{4-1}$$

حيث أن (α, β) ثوابت موجبة. وحد الإنتاج هو:

$$x_1 = x_c - \bar{x} \tag{4-2}$$

حيث أن (X_c) تمثل إنتاج المنافسة و $(\bar{x})$ تمثل الحد الأدنى للإنتاج الأمثل وعليه، فبإحلال (4-1) في (4-2) وبالأسعار (P_1 و P_c) الخاصة بـ (X_1 و X_c) وبإعادة ترتيب رموز المعادلة نحصل على الصيغة:

$$\frac{P_1 - P_c}{P_c} = \frac{\bar{x}/x_c}{\beta P_c/x_c} \tag{4-3}$$

ونلاحظ أن $(\eta_c = \beta P_c/X_c)$ هي مرونة طلب السوق عند سعر المنافسة (معرفاً ليكون موجباً)، بحيث أن0..

$$\frac{P_1 - P_c}{P_c} = \frac{\bar{x}/x_c}{\eta_c} \tag{4-4}$$

ويزيد الرفع النسبي للسعر فوق مستوى المنافسة إذاً:

(١) إذا زاد الحد الأدنى للإنتاج الأمثل $\bar{x}$، مع بقاء باقي العوامل ثابتة، أي أن على المنشأة الجديدة أن تدخل السوق بمستوى أكبر من الإنتاج حتى تحقق اقتصاديات حجم مكتملة.

(٢) كلما نقص طلب السوق عند سعر المنافسة (X_c) مع بقاء باقي العوامل ثابتة (لاحظ أن ثبات مرونة طلب السوق، يعني أن منحنى الطلب ينتقل إلى الداخل ويصبح أشد انحداراً عند P_c).

(٣) كلما انخفضت مرونة طلب السوق عند سعر المنافسة (η_c)، مع بقاء باقي العوامل ثابتة، ويعني ذلك مرة ثانية أن يصبح منحنى الطلب أشد انحداراً.

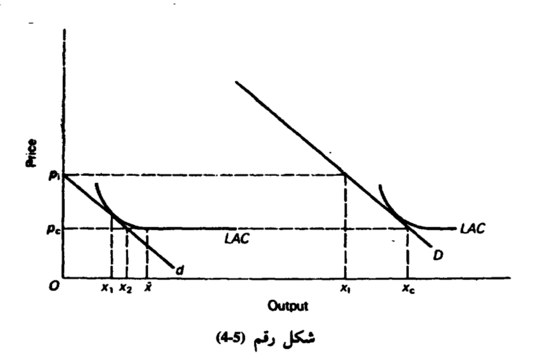
وبالإجمال، فإن الخد السعري يزيد كلما زادت نسبة الحد الأدنى للإنتاج الأمثل بالنسبة إلى طلب السوق وينقص كلما زادت مرونة طلب السوق. ويمكننا الآن أن نتناول الحالة الأكثر عمومية والتي يمكن فيها

الدخول بإنتاج أقل من الحد الأدنى للإنتاج الأمثل. في هذه الحالة يتحتم على المنشآت القائمة أن تضع حد السعر بحيث تضمن ألا يترتب عن الدخول عند أي مستوى إنتاجي أرباح، وذلك تحت فروض سيلوس (انظر الشكل 5-4). وكما سبق، (D) تمثل طلب السوق و (LAC) يمثل تكلفة انتاج الوحدة للمنشأة الداخلة. ومن ثم تضع المنشآت القائمة حد الإنتاج (OX_1) فلا تتمكن المنشأة الداخلة من إمداد الطلب المتبقي مع تحقيق الربح. ويمكن توضيح ذلك بإحدى الطريقتين:

(١) برسم منحنى طلب المنشآت الداخلة (d)، مماساً لـ (LAC) بحيث لا يعلو (d) على (LAC) عند أي نقطة، في وجود حد السعر (OP_1).

(٢) وكبديل يمكن نقل (LAC) إلى اليمين إلى أن يصبح مجرد مماس لطلب السوق (D) وكذلك تنقل إحداثيات (LAC) بالمثل لتعطي حد الإنتاج (OX_1) وحد السعر (OP_1).

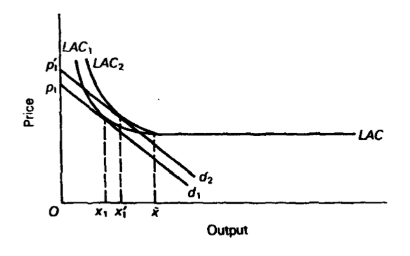
يمكن أن نلاحظ أن في ظل هذه الصياغة الأكثر تعميماً يصبح منع الدخول عند الحد الأدنى للإنتاج الأمثل أو مستوى أعلى حالة خاصة. فنقطة تماس (LAC) لمنحنى طلب المنشأة الداخلة في شكل (5-4) يعطي حجم



شكل رقم (5-4)

المنشأة الذي يمثل أكثر التهديد الفوري للدخول (OX_1 كما هو موضح). فكحالة محددة، فإنها قد تكون عند الحد الأدنى للإنتاج الأمثل (بحيث $OX_1 = O\bar{x}$) وفي هذه الحالة ينطبق النموذج الأكثر بساطة الذي وصفناه أعلاه. ولكن عندما يكون للمنشأة ذات الحجم تهديد فوري أكثر فإن المنشآت القائمة تحد الإنتاج إلى أقل من مستوى المنافسة وبأقل درجة مما هو الحال في النموذج الأبسط. أي أن الإنتاج قد تم تحديده بـ $O\bar{x}$) في الحالة الأبسط، أما في الحالة الأكثر عمومية فقد حدد الإنتاج بـ $X_1 X_c <$ ($O\bar{X}$ حيث ($X_1 X_c = OX_2$). وعليه، فإن النموذج الأبسط يضع حدوداً أكثر انخفاضاً لحد الإنتاج (على الأكثر X_1X_2)، وعندما تتخوف المنشآت القائمة من دخول المنشآت ذات الحجم دون الأمثل، سوف يكون حد الإنتاج أعلى ومن ثم يكون حد السعر أكثر انخفاضاً.

ففي النموذج الأعم، يكون تحديد الرفع النسبي للسعر فوق سعر المنافسة أكثر صعوبة. ولكن، بالإضافة إلى ما لوحظ من نتائج في حالة النموذج الأبسط، فإن فهمنا لهذه الحالة يمكننا من توقع زيادة حد السعر كلما



شكل رقم (6-4)

زادت المساوىء التكاليفية للإنتاج دون المستوى الأمثل. ويوضح ذلك بالشكل (6-4)، فبفرض ثبات باقي العوامل، يصور الشكل الزيادة في

المساويء التكاليفية للإنتاج دون المستوى الأمثل بانتقال منحنى (LAC_1) إلى (LAC_2). وكما يتبين من الرسم، فلهذا الانتقال تأثير مكافىء لزيادة مستوى الإنتاج، الذي يمثل أعظم تهديد فوري للدخول من (X_1 إلى X_1') ورفع حد السعر من (P_1 إلى P'_1). وعليه، وتحت ظروف الطلب، فإن كلاً من الحد الأدنى للإنتاج الأمثل ومساويء الإنتاج دون الحجم الأمثل سوف تؤثر على حد السعر في الحالة العامة.

(4-2-2) الحد السعري ـ اعتبارات أخرى:

«Limit Price» Further Consideration:

على الرغم من كون نظرية التحديد السعري المبنية على فروض سيلوس تعد منطقياً متسقة وتمثل نظرية محددة للتسعير، إلا أنها أيضاً تقوم على فروض قد لا تتحقق عملياً. وسوف نناقش بشيء من الإيجاز بعض مشاكل هذه النظرية في هذا القسم.

أولاً ـ تفترض النظرية أن بإمكان المنشآت القائمة في الصناعة أن تنسق جهودها من أجل وضع الحد السعري. وقد سبق أن ناقشنا بعض المشاكل التي تحد من فاعلية تنسيق القلة المحتكرة في الفصل الثالث.

ثانياً ـ تفترض النظرية أن المنشآت القائمة تعوق الدخول إعاقة تامة، وقد لا تكون هذه في الحقيقة السياسة المثلى. وبطريقة أعم، ففي الإطار الحركي قد تفضل المنشآت القائمة السماح بالدخول مع قيامها بتنظيم معدل الدخول. فمن وجهة النظر هذه، المشكلة التي تواجه المنشآت القائمة هي أن تحدد المسار الزمني الأمثل للسعر الذي تتم عنده مبادلة الأرباح بالأنصبة السوقية المستقبلية، والأسلوب الأنسب للتحليل في هذه الحالة هو البرمجة الحركية (dynamic programming). وفي الحقيقة، يعد تصنيف بين للنتائج إلى دخول معاق بفاعلية وبغير فاعلية مجرد تقريب للمشكلة الحركية التامة، ومن الواجب تطوير نظرية كاملة على أساس حركي.

وقد قدم هذا المنهج الحركي في بحث هام لجاسكينز Gaskins (1971)

والذي يمكننا عرضه هنا بغرض التوضيح. فقد درس جاسكينز حالة الدخول ذات الحجم المحدود وفيه يكون للمنشأة السائدة ميزة تكاليفية مطلقة على المنافسين المحتمل دخولهم. ويفترض في المنشآت الداخلة أن تتبنى وجهة النظر (مخالفة لسيلوس) بأن السعر الحالي يعد تقريباً معقولاً لسعر المستقبل. ويفترض أيضاً بأن معدل الدخول يتناسب طردياً مع الفرق بين السعر الحالي وحد السعر، حيث يعرف الأخير بأنه السعر الذي يكون صافي الدخول عنده مساوياً للصفر.

وتختار المنشأة القائمة السعر عند كل لحظة زمنية بحيث تعظم القيمة الحالية لأرباحها. وقد أوضح جاسكينز أنه في حالة الانخفاض النسبي لإنتاج المنافس تصبح السياسة المثلى للمنشأة السائدة هي وضع سعر مرتفع في البداية حتى تسمح بالدخول ثم تخفضه تدريجياً نحو حد السعر. ودائماً ما يكون سعر البدىء أقل من سعر تعظيم الربح في المدى القصير، ما عدا في حالة عزوف المنشآت عن الدخول، أي عندما يكون صافي الدخول مساوياً للصفر أو سالب القيمة عند سعر تعظيم أرباح المدى القصير. ولكن، عموماً لا تختار المنشأة تعظيم الأرباح في المدى القصير، ولا تختار منع الدخول، بل تسعى إلى تنظيم معدل الدخول. وفقط عندما يتكيف هيكل الصناعة مع توازن المدى الطويل (Long - run Steday - State Solution) تصبح سياسة الحد السعري لإعاقة الدخول هي السياسة المثلى.

الانتقاد الثالث لنموذج حد السعر هو أن الافتراض الأساسي لسيلوس يعد عفوياً. فلا يوجد هناك سبب لتوقع المنشآت الداخلة بأن تحافظ المنشآت القائمة على مستويات إنتاجها قبل الدخول. فإذا توقعت المنشآت الداخلة أن تتبنى المنشآت القائمة مواقف مطمئنة بالنسبة للدخول، فستحتاج لوضع أسعار أقل من سعر الحد وفقاً لفروض سيلوس حتى تحد من الدخول، وبالمقابل، إذا توقع الداخلون أن تنهج المنشآت القائمة سياسة عدائية، فسيسود حد سعري أعلى. فكما سيناقش في مبحث (3-4)، فإن حقيقة طبيعة توقعات المنشآت الداخلة قد تتأثر بالظروف الحالية والمستقبلية

للتكاليف والطلب في السوق، إلى جانب بعض التزامات السياسية اللاسعرية والتي أدخلت بواسطة المنشآت القائمة. وعند هذا، فإننا نلاحظ أنه بينما تؤثر حالة توقعات المنشآت الداخلة في ارتفاع عائق الدخول، فليس بالضرورة أن تؤدي بنفسها إلى هدم نظرية حد السعر. وكما هو الحال في نظرية احتكار القلة، حيث تلعب التوقعات الحدسية لكورنوت دوراً مماثلاً، فإن فروض سيلوس قد تمثل نقطة ارتكاز لتحليل مفيد. فطالما أن للمنشآت الداخلة توقعات مستقرة ومعقولة عن استجابات المنشآت القائمة في موقف معين فبإمكان المنشآت القائمة أن تستخدم هذه الحقيقة في حد السعر، أما تفاصيل طبيعة هذه التوقعات فليست بالأهمية.

أخيراً، يمكن أيضاً انتقاد نظرية حد السعر في أنها تفترض أن احتمال الأرباح السالبة كافٍ لإعاقة دخول منشآت جديدة. ويجادل بجواتي Bhagwati (1970) بأنه وفقاً للنظرية، فإن جميع المنشآت سوف تحقق خسائر إذا ما تم دخول منشآت جديدة، وليس من الواضح إذا ما كانت المنشآت الجديدة هي بالضرورة المنشآ التي ستجبر على الخروج[11]. فقد تحقق المنشآة الجديدة وعلى سبيل المثال خسائر أصغر من المنشآت القائمة إذا ما دخلت بالحد الأدنى للإنتاج الأمثل بينما تنتج المنشآت القائمة عند مستوى أكبر. كذلك فقد تختلف المنشآت في قدرتها على البقاء خلال فرة تحقيق الخسائر، وخاصة حالة المنشأة المملوكة لمؤسسة صناعية ضخمة والتي تدخل في الصناعة بهدف التنويع، فالإفتراض المسبق بأن المنشأة الجديدة ستعاني أكثر من المشكلات المالية قد لا يكون صحيحاً. ومن ناحية عملية فإن المنشأة الجديدة غالباً ما تنتج السلع الجديدة التي قد تستحوذ على مكانة مريحة بالسوق. تحت هذه الظروف سوف تكون المنشأة الجديدة مستعدة في الغالب لقبول خسائر في الفترة الأولية لدخولها حتى يستقر إنتاجها الجديد، ويصبح ادعاء أن حد السعر يعوق دخول المنشآت الجديدة إدعاء محدود القيمة.

(4-3) تطورات جديدة: More Recent Developments:

في السنوات القليلة الماضية شهدت نظرية الدخول تطورات هائلة في

الدراسات السابقة لاقتصاديات الصناعة وقد قدم عدداً من الأفكار الجديدة.

أولاً ـ فقد تطورت دراسات عن قضايا احتكار القلة المتصلة بنظرية الدخول، وخاصة عن استخدام استراتيجيات إعاقة الدخول بواسطة المنشآت القائمة. ويقدم القسم (4-3-1) لمحة عن هذه الدراسات. وبالإضافة إلى ذلك فقد نظر عدد من الكتاب إلى (في بعض وجهات النظر) الطرف الأقصى لهذه المفاهيم: الحالة عندما لا تكون هناك عوائق للدخول (أو الخروج) بالسوق إطلاقاً. وتناقش هذه ضمن نظرية الأسواق التنازعية، مع عرض مختصر لأفكارها الأساسية بالقسم (4-3-2).

(4-3-1) استراتيجية إعاقة الدخول: Stratgic Entry Deterence:

إن نقطة الضعف الرئيسية لنظرية حد السعر هي الإفتراض المسبق بأن المؤسسات القائمة تكون مستعدة لمقابلة التهديد بالمنافسة الجديدة بتخفيض السعر إلى المستوى المنفر للدخول. فمن الأفضل من وجهة نظر المنشآت القائمة، أن تستخدم بعض الأساليب (غير السعرية) الأخرى لإعاقة الدخول، تاركة السعر حراً نسبياً لغرض تحقيق الربح. وبالرغم من أن أي استراتيجية لإعاقة الدخول سوف تتضمن بعض التكاليف وبالتالي بعض النقص المتوقع في الأرباح إلى أقل من مستوى تعظيم الربح في المدى القصير، فمن المحتمل أن تكون هذه التكاليف أقل من التكلفة المترتبة على سياسة الخفض المباشر للسعر وبالتالي الأرباح.

ويمكن للمنشآت القائمة أن تعوق الدخول أما برفع عوائق الدخول أو بالتأثير على توقعات المنشآت الداخلة بالإيحاء لها بنتائج أكثر تشاؤماً للمنافسة بعد الدخول. ويمكن تحقيق هذه الأهداف بطرق مختلفة، اعتماداً على ظروف خاصة بالسوق. في هذا القسم نلقي نظرة على افتراض، استخدام الطاقة الفائضة وتوالد المنتج، ونناقش طريقة ثالثة وهي استخدام الإعلان، وذلك في الفصل السادس. وقد تكون هناك إمكانيات أخرى مثل استخدام ما يطلق عليه حق الإختراع المثبت مسبقاً «Pre-emptive Patenting» أو استخدام

أسلوب التسعير النهبي إذا ما تحقق الدخول. وفي كل الأحوال تسعى المنشآت القائمة إلى حماية نفسها من التهديد بالمنافسة الجديدة من أجل كسب أرباح المحتكر التام في المدى البعيد.

لقد برزت العديد من الأفكار الأساسية كنتيجة للدراسات الحديثة عن إعاقة الدخول والتي يجدر الإشارة إليها هنا باختصار:

أولاً ـ مفهوم ميزة السابق في التحرك وصاحب الخطوة الأولى (First-Mover advantge). وتستحوذ على هذه الميزة المنشأة المسيطرة (القائمة في السوق) بالسبُه للمنشأة الداخلة. وفي ذلك يمكن للمنشأة القائمة أن تتبنى موقعاً بالسوق قبل أن يبدأ دخول المنشآت الجديدة. أحد الأمثلة الواضحة (يناقش فيما يلي) لهذه الحالة يكون عندما تختار المنشأة المسيطرة عدداً ونوعية ماركات السلع التي تنتج بهدف تقليص المجال المتاح بالسوق لمنتجات المنشآت الجديدة الداخلة. ولأن المنشأة المسيطرة موجودة أصلاً بالسوق، فإن ذلك يعطيها ميزة القدرة على اختيار وضع السلعة التي تقوم بإنتاجها، وقد يمكنها ذلك من منع الدخول.

ثانياً ـ قد تسعى المنشأة إلى إقناع المنشأة الجديدة الداخلة بأن دخولها سوف لا يكون مربحاً. فبتتبع الدراسة التي قام بها سكلنج Schelling (1960) (انظر أيضاً ديكسيت Dixit, 1982)، نجد أن أحد الطرق التي يمكن بها للمنشأة أن تقوم بذلك هي أن تتبنى، وقبل الدخول، سياسة تلزمها باتخاذ خط سلوكي معين إذا ما حدث الدخول. وفكرة الإلتزام هذه، تنطبق وعلى سبيل المثال على السياسات الدفاعية للدول، حيث تلتزم الدول باستخدام أسلوب الدفاع النووي، كاستجابة للهجوم عليها (على أمل) كعائق لمثل هذا الهجوم. أحد الأمثلة على هذه الفكرة في حقل إعاقة الدخول قد يكون بناء طاقة إنتاجية أكبر من الطلب مع التهديد باستخدامها إذا ما تم دخول منشآت جديدة. وفي كلتا الحالتين، يعتبر الإلتزام المسبق للحدث مانعاً لوقوع هذا الحدث. ولكن، وكما سنرى، فالمشكلة المتبقية هي أنه إذا ما وقع الحدث

بطريقة أو أخرى (حرب أو دخول)، فإن استراتيجية التهديد هذه قد لا تبدو كسياسة معقولة مما ينقص من تأثيرها كعائق.

ثالثاً - الفكرة الثالثة تتصل بدعم الإلتزام باستراتيجية ما. ففي المجال السياسي قد يتم ذلك بخفض الاستثمار في وسائل الدفاع العادية بحيث يكون الدفاع النووي هو الاختيار الوحيد في حالة حدوث هجوم. في مجال دراسة الدخول فإن مثل هذه الإلتزامات المقيدة قد تكون أقل توفراً ولكن، أحد الطرق التي يمكن للمنشأة أن تدعم بها التزاماتها هي أن تنفذ الاستثمارات التي تكون كلياً أو جزئياً غير قابلة للإستغلال في مجالات أخرى إذا ما حدث الدخول. لذا، فمثلاً، يمكن للمنشأة أن تستثمر في أصول تكون لها قيمة قليلة أو تنعدم قيمتها كلية إذا ما أعيد بيعها، وبذلك تتحمل تكلفة غارقة (Sunk Cost) (أي غير مستردة). فإذا ما حدث الدخول، فإن المنشأة على الأقل تنقص من فرصها للتكيف بدلاً من منافسة المنشآت الداخلة. وبالمثل فالمنشأة التي تختار مواقع لإنتاجها في السوق قبل الدخول سوف تكون ملتزمة بهذه المواقع طالما كانت عملية إعاقة اختيار المواقع عقب الدخول عملية مكلفة. ومرة ثانية فإن مثل هذه التكاليف تدعم وضع المنشأة المسيطرة الضاغطة في السوق.

لقد تركزت العديد من الدراسات الحديثة عن عوائق الدخول على ميزات السابق في التحرك، والإلتزام، والتكاليف الغارقة المرتبطة بها، وسوف نتناول كل من هذه الأفكار وبشكل ضمني في الأمثلة التالية:

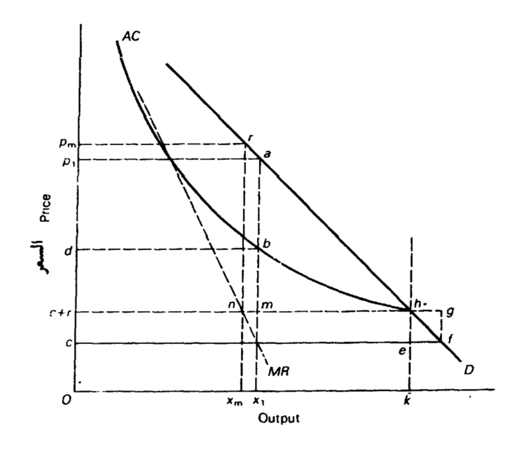
الطاقة الإنتاجية كعائق للدخول:

Capacity as a Deterrent to entry:

قدمت فكرة الطاقة الإنتاجية كعائق للدخول بواسطة سبنس Spence (1977). والفكرة الأساسية وراءها هي المشاهدة الحركية بأن المنشآت القائمة دائماً ما تبنى مصانع ذات طاقة إنتاجية أعلى من الطلب في سوق نامية، ولذا فقد تكون لديها طاقة فائضة في سوق ساكنة أو متقلصة. وأوضح سبنس بأن

هذه الطاقة الفائضة قد تلعب دوراً عـائقاً للدخـول. وبصورة أكثـر تحديـداً، فلأن المنشأة القائمة قد سبق لها الاستثمار في هذه الطاقة بطريقة قد لا تقبل التراجع فمن المحتمل أن يساعد ذلك في جعل التهديد بالمنافسة السعـرية، أمراً جديراً بتصديق المنشآت الجديدة.

وكما سنرى، فإن تأثير وجود الطاقة الفائضة، على توقعات المنشآت الـداخلة تمثل الـوسيلة العـائقـة للدخـول بـدلاً من زيـادة ارتفـاع العـوائق الموجودة. ولا يوجد هناك في الحقيقة عائق لدخول السوق في النمـوذج الذي نناقشه فيما يلي، لقد ناقش سبنس نموذجين في دراسته لكننا نركز هنا على النموذج الأول منها للتبسيط. ويصور هذا النموذج بالشكل (4-7) في حالـة المنشـأة القـائمـة الـواحـدة والتي تعمـل بـطاقـة انتـاجيـة K (مقيسـة



شكل رقم (4-7)

بوحدات الإنتاج). ولنفترض تكلفة رأسمالية قدرها (r) للوحدة من الطاقة الكاملة (Capacity installed) وأن هناك تكاليف تشغيل ثابتة قدرها (C) للوحدة المنتجة. وبذلك تكون تكلفة الوحدة عند التشغيل الكامل للطاقة هو (C+ r). ولكن عندما ينخفض الإنتاج عن مستوى الطاقة الكاملة، تزيد تكلفة الوحدة على طول (AC) حيث تقسم التكاليف الثابتة على وحدات أقل من الإنتاج. وبينما يمكن لأي مستوى للإنتاج أن ينتج بتكلفة متوسطة قدرها (c + r) (ببناء المصنع بالطاقة المطلوبة) إلا أنه وبمجرد بناء المصنع، فإن التكلفة المتوسطة تكون أعلى لأي مصنع إذا تم تشغيله بطاقة فائضة.

ويوضح سبنس أن بإمكان المنشأة القائمة في هذا النموذج أن تحدد مستوى الإنتاج والطاقة منفصلين حتى يمكنها إعاقة دخول المنشآت الجديدة دون التضحية الكبيرة جداً بأرباح المدى القصير. من أجل ذلك وضع سبنس فرضاً (مماثلاً لفروض سيلوس) بأن المنشآت الداخلة تتوقع أن تزيد المنشأة القائمة من إنتاجها إلى مستوى الطاقة الكاملة إذا ما تم الدخول[14]. تحت ظروف التكاليف بمثالنا، تختار المنشأة القائمة طاقتها الكاملة عند (k) وتختار المنشأة أن تقلص إنتاجها إلى (X_1) عند تساوي الإيراد الحدي (MR) مع التكلفة الحدية (C). وبذلك تحقق المنشأة القائمة أرباحاً مساوية للمساحة (P_1 abd) مع احتفاظها بالطاقة الفائضة لإعاقة المنافسة الجديد.

في هذا النموذج إذاً، تستغل المنشأة القائمة وضعها بأن تبني طاقة زائدة حتى تعوق دخول منشآت جديدة إلى السوق. ومن الواضح أنها سياسة أفضل من حد السعر تحت فروض سيلوس، حيث أن (تحت ظروف التكاليف بالمثال) المنشأة القائمة لا بد أن تبنى وتشغل مصنعاً بالطاقة (k) حتى تعوق الدخول. في هذه الحالة، يكون حد السعر مساوياً لـ (c + r) ولا تتحقق أربح المحتكر. ومن جهة أخرى فإن الاحتفاظ بطاقة فائضة لمنع الدخول ينطوي على التضحية ببعض أرباح المحتكر مقارنة بموقف تعظيم الربح في المدى القصير. فالمنشأة التي تسعى لتعظيم صافي الربح تحدد الإنتاج والطاقة بـ (X_m) في الشكل (4-7) (والسعر المقابل P_m) بحيث

يتساوى الإيراد الحدي والتكلفة الحدية في المدى الطويل ولذا فبينما تعطى فرضية سبنس للطاقة بعض الحرية للمنشأة في زيادة السعر، فإنها لا تفصل تماماً بين التسعير في المدى القصير وإعاقة الدخول[15].

ويجدر هنا أيضاً دراسة قضية الرفاهية الاقتصادية في هذا النموذج. إذا ما تبنينا التبسيط المعهود بأن تقاس الرفاهية الاقتصادية بمجموع فائض كل من المستهلك والمنتج، فوفقاً لفرضية سبنس يكون هناك فقد في فائض المستهلك مساوي للمساحة (amh) في الشكل (4-7) وفقد في الكفاءة الإنتاجية يقدر بالمساحة [dbm (c + r)]. ويقارن هذا الفقد بالفقد في رفاهية المستهلك تحت تعظيم الربح الصافي. وكما لاحظ سبنس (بالإشارة إلى نموذجه الثاني الأكثر عموماً)، فقد تؤدي سياسة منع الدخول إلى فقد أكبر في رفاهية المستهلك عما هو الحال تحت ظروف تعظيم صافي الربح، فبالرغم من أن الإنتاج يكون أكبر تحت سياسة منع الدخول إلا أن الإنتاج يعد غير كفء. وهي الحالة الغالبة في الحقيقة، خاصة عندما تكون تكلفة الطاقة الإنتاجية نسبياً منخفضة وتكون الطاقة الفائضة نسبياً كبيرة[16]. وعليه فكما يمكن استخدام الطاقة الفائضة لإعاقة الدخول كما جاء بدراسة سبنس فإن التكلفة مقيسة بالفقد في الرفاهية قد تكون عالية.

هذا ويمكن انتقاد نموذج سبنس بأسلوب مماثل لانتقاد نموذج حد السعر في النقاط التالية:

أولاً ـ يفترض النموذج أن المنشآت القائمة يمكنها تنسيق أدائها حتى تمنع الدخول، ولا يتأتى ذلك إلا في ظل الاحتكار التام أو احتكار القلة المترابطة. ولكن وبالمقابل فقد يكون من الأسهل أن يتم التنسيق الضمني فيما يختص بطاقة التشغيل عنه في حالة السعر.

ثانياً ـ يفترض النموذج أن المنشآت القائمة ترغب في إعاقة الدخول بدلاً عن قبولها لدخول بعض المنشآت، الأمر الذي لا يطابق الواقع في جميع الحالات.

ثالثاً ـ يفترض النموذج كذلك أن المنشأة الجديدة سوف لا تقدم على

الدخول إذا كان دخولها غير مربحاً، وبالرغم من أن المنشآت القائمة قـد تمني بالخسارة كنتيجة لدخول منشآت جديدة. ويعد النموذج الأول لسبنس ضعيفاً في هذا الصدد لأنه يفترض تقنية مبسطة تغيب عنهـا اقتصاديـات الحجم. فبالإشارة للشكل (7-4)، إذا ما دخلت منشـأة جديـدة وانخفض السعر إلى (C)، فإن المنشآت القائمة تحقق خسارة مقدارها hec [c + r) بينما تكـون خسارة المنشأة الجديدة مساوية للمساحة (hefg). وبالرغم من أن الخســائر سوف تتناسب وحجم المنشأة فليس من الواضح ما إذا كانت المنشأة الداخلة هي التي سوف تضطر للخروج[18]. وقد يكون هذا الجدل أقل قوة في حالة النموذج الثاني لسبنس حيث أن دخـول المنشآت الجـديدة قـد يتسم بمساوىء تكاليفية بالنسبة للمنشآت القائمة.

المشكلة الأخيرة بنموذج سبنس هي افتراضـه الخاص بتوقعات المنشأة الداخلة. في الشكل (7-4) يفترض أن تتوقع المنشأة الداخلة أن تنتج المنشآت القائمة بطاقتها الكاملة إذ ما تحقق دخول منشآت جديدة. ولكن إذا ما تم الدخول فسوف لا يكون اتباع هذه السياسة بـواسطة المنشـآت القائمـة هو عموماً الأمثل. فمثلاً، قد تقدم المنشأة المحتكرة في تصنيع الكيماويات في بلد معين على استخدام طاقة إنتاجية إضافية لإعاقة الدخـول. فإذا دخلت منشأة جديدة، فليس من الواضح ما إذا كانت المنشأة القائمة ستستخدم هذه الطاقة الإضافية وتـدخل بـذلك في حـرب الأسعار. وإذا اعتقـدت المنشأة الجديدة بأن المنشأة القائمة لن تقدم على ذلك، أصبح التهديد باستخدام الطاقة الإنتاجية الكاملة غير مجد. وبالطبع فقد تدخل المنشأة القائمة حرب الأسعار إذا ما استطاعت بذلك أن تكسب السمعة التي يمكنهـا من إعاقـة الدخول في المستقبل[19]. ومن وجهة أخرى فقد تقبل بالـدخول ثم تنـافس المنشآت القائمة المنافسة. وقد قام ديكسيت Dixit (1980)[20]. بتحليل هذه الحالة الأخيـرة بفرض أن المنشـأة الداخلة تتـوقع أن تنتهي المبـاراة عقب دخولها بتوازن كورنوت. تحت هذا الفرض فلا يزال بإمكان المنشأة القائمة أن تعوق الدخول بالاختيار المناسب لطاقة الإنتاج وقد تبين أن المنشأة القائمة وتحت هذا الفرض سوف لا تحتفظ بطاقة عاطلة (إذا ما رغبت أو لم ترغب

في إعاقة الدخول). ولذلك فإن نموذج سبنس يعد وإلى حد ما حساساً بما يفترضه بخصوص توقعات المنشآت الداخلة.

توالد المنتج كعائق للدخول:

Product proliferation as a deterrent to entry:

الطريقة الثانية لإعاقة الدخول باستخدام السبل اللاسعرية هو توالد المنتج أو الماركة ويمكن تطبيق مثل هذه السياسة في أسواق تمييز المنتج مثل السجائر، والصابون، ومعجون الأسنان، إلخ. وتنفذ هذه السياسة أساساً بأن تقوم المنشآت القائمة بإغراق السوق بمختلف المنتجات أو الماركات (العلامات التجارية) بحيث لا يبقى مجال كافٍ للمنشآت الجديدة كي تنافس بطريقة مربحة. فإذا أمكن ذلك، فقد تصبح المنشآت القائمة قادرة على زيادة الأسعار والأرباح دون مهابة الدخول.

وقد قدم سكاملينسي Schamlensee (1978) تحليلاً مفيداً عن هذه الإمكانية في نقاشه لصناعة شرائح الذرة للافطار بالويات المتحدة. ويناقش في دراسته إطاراً يتميز بثلاثة فروض.

أولاً - يفترض أن هناك زيادة في العائد على الإنتاج والتسويق للأصناف أو المنتجات منفردة، على الأقل حتى مستوى إنتاجي معين. ويضع هذا الفرض حداً على عدد الماركات التي يمكن أن تنتج، فعند أي سعر سوقي هناك حد أدنى للنصيب من السوق الذي يمكن عنده عملياً إنتاج السلعة.

ثانياً - يفترض أن المنافسة متمركزة، بمعنى أن السوق يمكن اعتباره مقسماً تقريباً بين عدد محدود من الماركات، وتركيزه مرتفع.

ثالثاً - يفترض أن المنتجات نسبياً لا تنتقل من مكان إلى آخر، بسبب التكاليف الباهظة المترتبة على استعادة وضع السلعة في المجال السلعي. ويعطي هذا الافتراض بعض الثقة في استراتيجية منع الدخول للمنشآت

القائمة، فليس من الطبيعي مع ارتفاع تكلفة استعادة وضع السلعة أن تتوقع المنشأة الجديدة أن تلقى تحركاً مطمئناً من المنتجات إذا ما أقدمت على الدخول.

لقد حلل سكمالينسي تمييز المنتج بطريقة مماثلة للمنافسة المكانية متبعاً دراسة هوتلنج Hotelling (1929) . ولا تتوفر إلا نماذج إيضاحية المبادىء العامة. وأحد الحالات البسيطة جداً تكون عندما يفترض توزع المبادىء العامة. أحد الحالات البسيطة جداً تكون عندما يفترض توزع المشتركين بصورة منتظمة حول دائرة ذات محيط مساوٍ للوحدة. يفترض سكمالينسى أن هناك (N) ماركة، تتوزع على مسافة (1/N) من بعضها البعض على الدائرة، وأن هناك سعراً موحداً (P). إذا ما افترضنا ثبات السعر (P)، إذاً فهناك نهاية عظمى معينة لعدد الأصناف (N)، بحيث تكون الأرباح الخاصة بأي صنف مساوية للصفر، أي أن [Π (P, N) = 0] حيث أن (Π) تمثل الربح. والآن دعنا ندرس حالة المنشأة الجديدة الداخلة، والتي تحتل الموقع الأمثل، في منتصف المسافة بين اثنتين من الماركات الموجودة على الدائرة. عند السعر السائد، سوف تنتزع المنشأة الجديدة بعض المبيعات من منافسيها على كل جانب، ويعني ذلك وفي ظل الظروف المتماثلة المفروضة أن تحقق المنشأة الداخلة أرباحاً مساوية لـ [Π (P, 2N)] للصنف الجديد وتكون أرباحاً موجبة فقط عندما تكون (2N<N)، ويمكن للمنشآت القائمة أن تمنع دخول منشآت جديدة وذلك بأن تولد ماركات أكثر بحيث تبقى (N> N2). أما عن المنشآت القائمة فيمكنها أن تحقق أرباحاً موجبة، حيث أن كل ماركة راسخة بالسوق في هذا النموذج البسيط تحظى بسعة سوقية مساوية لضعف تلك السعة التي تتوقعها المنشأة الداخلة لسلعتها.

لقد خلص سكمالينسى بنتيجتين هامتين من هذا النموذج.

أولاً - إذا اتحدت المنشآت القائمة بهدف الربح في هذا السوق، بشرط أن تمنع دخول المنشأة التي تحاكي التسعير، فمن الأمثل أن تضمن الإعاقة كلية وذلك بتوليد الماركات. وبالرغم من أن اشتقاق هذه النتيجة قد

استخدمت فيه صيغة خاصة لدالة الطلب، إلا أنها تبدو مقبولة، أن أفضل سلاح يمكن استخدامه لإعاقة دخول المنشآت الجديدة هو توليد الأصناف وليس استخدام الأسعار[22].

ثانياً ـ أوضح سكمالينسي أن الدعاية قد تستخدم أيضاً بطريقة فعالة سوياً مع توليد الماركات لإعاقة الدخول. وقد تناول وللتبسيط الإعلان التقديمي، الذي تحتاجه كل ماركة جديدة لإقناع المشترين بتجربتها للمرة الأولى. إذا فرض أن المنشآت الجديدة سوف تحاكي الأنفاق على الإعلان التقديمي بواسطة المنشآت القائمة، فإن عائدهم على كل دولار ينفق سيكون أقل بسبب صغر المساحة السوقية التي تخدمها وبتأثير نسبي متساوٍ للإعلان على المبيعات. وعليه فمن المربح للمنشآت القائمة، أن تعلن أكثر كي تحصل على ميزة هذا التأثير. فهي في الأساس قضية توزيع التكاليف الثابتة على وحدات أقل في حالة المنشأة الداخلة.

وبينما يقوم هذا التحليل على نموذج مبسط جداً، إلا أنه يعبر عن وجود منطق نظري لاستخدام توليد المنتج كعائق للدخول. وهذا لا يعني بالضرورة أن مثل هذه السياسة سوف تستخدم بنجاح. فلكي يكون ناجحاً فمن الضروري للمنشآت القائمة أن تقوم بأبحاث جيدة وكافية عن السوق والمنتج حتى تضمن ألا تتوفر أي فجوات مربحة بالسوق. فالمنشآت القائمة دائماً ما تكون عرضة للمفاجآت، أما بتطور منتج جديد أو بتحول في الطلب. وأحد الأمثلة عن هذه المفاجآت في سوق شرائح الحبوب المجهزة (ready to - eat cereal) بالولايات المتحدة هو النمو السريع في الطلب على ما يسمى «شرائح الحبوب الطبيعية» وذلك في أوائل السبعينيات. فقد نما سوق هذه السلعة من نسبة يمكن تجاهلها في 1972 إلى حوالي 10% في منتصف 1974، ولم تتوقع معظم المنشآت القائمة فيما يبدو هذا التغير. وبناء على ذلك تمكن عدد من المنشآت الجديدة من دخول السوق بنجاح قبل أن تتمكن المنشآت القائمة من انتاج سلع جديدة لتملأ بها هذا الفراغ في

السوق. ولقد أدى تقلص السوق في (1977 - 1974) والمنافسة من المنشآت القائمة إلى بقاء منشأة جديدة واحدة مع نهاية (1977).

من المشاكل الأخرى المتصلة بسياسة توليد المنتج كعائق للدخول، مشكلة تقليد المنتج. فالإستراتيجية البديلة للمنشأة الداخلة، بدلاً عن الإنتاج لسد الفجوات السوقية، هي أن تحاول بقدر المستطاع تقليد الماركات الموجودة وأن تنافس على السعر. ويعد تقليد الماركات الموجودة بالطبع عملاً غير قانوناً. ولكن في بعض الحالات، كشرائح الحبوب مثلاً، يمكن انتاج بديل قريب جداً للمنتج تحت اسم تجاري مختلف. وللعجب فإن المنشأة القائمة تواجه مخاطر أكبر بسبب هذه المنافسة الجديدة كلما زاد نجاح أحد الماركات التي تنتجها، على الأقل طالما كان احتمال منافسة المنتج المقلد، على أسس تكالفية متساوية، أكبر كلما زاد الحجم المتوقع لسوقها. وبالمقابل لهذا نجد أن الماركات القائمة الناجحة غالباً ما تستحوذ على رصيد متراكم من ثقة وولاء المستهلكين والتي قد تحول دون بيع المنتج الرخيص المشابه. فإذا كان على المنشأة الجديدة أن تتحمل تكاليف إعلانية باهظة حتى تهدم عائق قلة الجودة الملحوظة لمنتجاتها، فقد يبدو الدخول غير مجد وسيناقش موضوع الإعلان كعائق للدخول أكثر في الفصل السادس. وقد نلاحظ الآن أن المنتجات التي تحمل اسم المنشأة البائعة بالتجزئة قد تكون أحد طرق الحل الجزئي لهذه المشكلة حيث تربط سمعة المنشآت البائعة للنوعية الجيدة بالمنتج المقلد.

وفي بعض الحالات قد تسود السوق منشأة أو عدة منشآت عن طريق توليد المنتج من خلال الدمج، بينما في بعض الحالات الأخرى قد يكون تاريخ دخول السوق مهماً، فالقادمون الأوائل يكونون أكثر قدرة على إقامة وصيانة أوضاعهم السائدة. وفي كلتا الحالتين، يشير اختيار الأسعار والأرباح المرتفعة إلى وجود فقد في الرفاهية مصاحب للإحتكار وأن هناك إمكانية لكسب المزيد من الرفاهية بخفض الأسعار[23]. ويعد الأمر أقل وضوحاً عندما نتساءل عن كيفية تنفيذ هذه التغيرات من خلال السياسة الحكومية. ففي حالة شرائح

الحبوب بالولايات المتحد الأمريكية، حاولت لجنة التجارة الفدرالية بعض العلاجات الهيكلية حيث يتم تقسيم المنشآت القائدة إلى شركات منفصلة، وبالإضافة إلى ذلك فقد حاولت منح تراخيص للعلامات التجارية لشركات أخرى بطريقة إجبارية. وتعد مثل هذه السياسات جد تقدمية، فقد يقال بأنها تعاقب الأعمال على نجاحها، وعلى الأقل عندما يكتسب الوضع السيادي عن طريق غير الإندماج وقد تضم السياسات البديلة التحكم المباشر في الأسعار والأرباح، أو تشجيع المنافسة الجديدة، بواسطة الحد من توليد المنتج مثلاً. وقد أوصت بالسياسة الأولى لجنة الاحتكار ببريطانيا، في تقريرها عن المنظفات المنزلية (لجنة الاحتكار، 1966). كما أوصت أيضاً بخفض الإنفاق الزائد على الإعلان في هذه الحالة. وقد لقيت السياسات الإيجابية لتشجيع المنافسة الجديدة في هذه الأسواق اهتماماً أقل. وقد اتضح من ظهور المنتجات التي تحمل اسم بائعي التجزئة بأن دخول المنشآت الجديدة يعد بديلاً ممكناً حتى وإن جادل البعض بأن قوة المنشآت القائمة في عدة أسواق يعني أن هذه المنافسة الجديدة قد يكون لها أثر محدود فقط[24].

(4-3-2) الأسواق التنازعية: Contestable Markets:

في مقابل التطورات الحديثة في مجال عوائق الدخول الإستراتيجية، والتي تركز على الطرق التي يمكن بها للمنشآت أن تحد من المنافسة الجديدة، فإن الدراسات الحديثة عن الأسواق التنازعية قد أعادت تقويم الأفكار ذات الصلة بمفهوم حرية الدخول. وقد تركزت هذه الدراسات حول مفهوم السوق ذات التنازع التام والتي لا تتمتع فيها المنشآت القائمة بأي حماية من إمكانية دخول منافسين جدد. ولدراسة هذا المفهوم أهمية خاصة من وجهة نظر الرفاهية أو السياسة العامة، وبالتالي تستحق التنويه الموجز هنا[25].

وتعد فكرة السوق التنازعية التامة بسيطة نسبياً. يعتبر السوق تام التنازع إذا ما كانت مفتوحة تماماً أمام إمكانية المنافسة الجديدة. ويعني ذلك أمرين على وجه الخصوص.

أولاً - يجب أن تعمل المنشآت الجديدة والتي يمكنها الدخول بنفس ظروف التكاليف (أو جودة الإنتاج) الخاصة بالمنشآت القائمة.

ثانياً - يجب أن تكون للمنشآت الجديدة قادرة على الدخول والخروج دون تحمل أية تكاليف صافية، أي ألا يعاق دخول المنشأة بسبب الأموال التي تعتقد أنها ستفقدها إذا ما اضطرت للخروج مرة ثانية. وعليه فتحت هذه الفروض ليس هنا من خطورة من الدخول وستجد المنشآت القائمة نفسها في بيئة تنافسية مفتوحة.

في إطار هذه الفروض، ولا عجب يبقى للمنشآت القائمة قوة احتكارية قليلة جداً، إن لم تنعدم كليته. فحتى لو كانت هناك منشأة واحدة أو عدد قليل من المنشآت، فإن التنازعية التامة تضمن ألا تحقق هذه المنشآت أي أرباح في توازن المدى الطويل، فلو حدث ذلك لدخلت منشأة جديدة لتبيع بسعر أقل فتتلاشى هذه الأرباح. وأهم من ذلك، تميل هذه الأسواق للعمل بهامش (السعر - التكاليف الحدية) مساوياً للصفر، فتحقق بذلك شرط أساسي لأمثلية بريتو Pareto optimality. وتنطبق هذه النتيجة أيضاً في حالة توازن المدى الطويل للمنافسة التامة. والجديد في الأمر في حالة التنازعية التامة هو أن هذه النتيجة لا تحتاج إلى عدد كبير من المنشآت المنتجة بالفعل في السوق. بل طالما يمكن للمنشأة الجديدة أن تدخل السوق عندما يزيد السعر عن التكلفة الحدية، وأن تكون لها القدرة المالية للخفض القليل في السعر بأن تنتج إنتاجاً يزيد قليلاً عن إنتاج منشأة قائمة، فلن يزيد السعر عن التكلفة الحدية في توازن المدى الطويل. وقد ثبت أن الشرط الكافي في هذه الحالة هو أن تكون هناك اثنتان (أو أكثر) من المنشآت القائمة بالسوق (انظر مثلاً، بومول، بانزار وويلينج Baumol, Panzar and Willing, 1982، الفصول 2 و 11). وعليه فعلى نقيض الحال في المنافسة التامة يكفي هنا وجود احتكار ثنائي لتحقيق التوزيع الأمثل للموارد[26].

إذا كانت الأسواق قابلة للتنازع التام، فلا يجوز أن ننشغل هنا بالنتائج المترتبة عتلى احتكار القلة والتي ناقشناها في الفصل الثالث. بل وطالما

كانت هناك منشأتان بالسوق وكان بمقدور منشآت أخرى أن تدخل أو تخرج بحرية تامة، فإن السعر = التكلفة الحدية هي القاعدة[27]. وفي بعض الأسواق تكون التنازعية التامة بالفعل فرضاً معقولاً. والنقطة الأساسية هنا هي أن تشعر المنشآت الداخلة بأنه ليست هناك تكاليف محددة للدخول أو الخروج، فإن أي استثمار في المصانع والأصول الأخرى تحتاجها للدخول يمكن استرداده عند الخروج (بعد خصم الاستهلاك وما شابه). وقد يكون ذلك افتراضاً معقولاً في الكثير من صناعات الخدمة مثل (محلات الوجبات السريعة للحلاقة الخياطة... إلخ). في حالات أخرى، يحتاج الدخول إلى استثمار مبدىء من النوع الذي لا يسترد جزئياً وبالتالي ينطوي على تكاليف غارقة غير مسترجعة ويكون السوق في هذه الحالة غير تام التنازع وتظهر فيه مرة ثانية عوائق الدخول. وكما لاحظ سبنس (1983) فإن التكاليف الغارقة هذه غالباً ما تكون مرتبطة إيجابياً مع اقتصاديات الحجم، ونعرف من الفصل الثاني أن ارتفاع اقتصاديات الحجم، بالنسبة لحجم السوق ترتبط بارتفاع التركيز. وعليه فقد يكون للتنازعية استخدام محدود كأداة وصفية في حالة الأسواق ذات التركيز المرتفع على الرغم من التقدم المفاجىء الذي تم فيما يتصل بهذه المفاهيم. ومن الواضح أن لفكرة التنازعية التامة أهمية كبيرة بالنسبة لتحليل الرفاهية والسياسة العامة. وعلى وجه الخصوص، فإن تركيزها على المنافسة الممكنة بدلاً عن المنافسة الفعلية كآلية للتوزيع الأمثل للموارد هو أمر هام. وتوحي النظرية بأن الاهتمام يجب أن ينصب على زيادة التنازعية بالأسواق فضلاً عن اقتصاره على منع زيادة التركيز. وقد تشمل السياسة الواضحة في هذا الاتجاه إزالة القيود الحكومية والقانونية على الدخول (أو الخروج) وتحسين نوعية الاحصاءات والمعلومات الأخرى، ورفع كفاءة أسواق الأصول المستعملة. فمن شأن هذه التطورات أن تزيد من تهديد المنافسة الجديدة ومن ثم تقلل من القوة السوقية للمنشآت القائمة.

(4-4) ملخص واستنتاجات : Summary and Conclusions;

في هذا الفصل تم نقاش أثر عوائق الدخول وإمكانية دخول منشآت جديدة على توازن السوق. في مبحث (4-1) تناولنا الدراسات الرائدة لبين عن عوائق الدخول والأسباب الممكنة لدوام أرباح المحتكر التام في توازن المدى الطويل، ثم تناولنا نظرية حد السعر كنظرية لتسعير القلة المحتكرة، وذلك في مبحث (4-2). أخيراً وفي مبحث (4-3) نظرنا، في التطورات الأحدث في نظرية الدخول، وعلى وجه الخصوص نوقشت بعض الأمثلة عن الاستراتيجيات اللاسعرية لإعاقة الدخول، ونظرية الأسواق التنازعية.

كما أكدنا، فقد مرت نظرية الدخول بتطورات هائلة في السنوات الحديثة ولا تزال الدراسات في هذا الميدان جارية. ومن الواضح أن هناك اختلافات بين هذه التطورات، وبالرغم من ذلك فلكل منها وعلى طريقته الخاصة إسهامه الهام. وعموماً فقد ركزت هذه المفاهيم (على اختلاف أساليبها) على أهمية الدخول، وفي الغالب كما يبدو أن الدراسات المقبلة في هذا المجال سوف تلقي الضوء على الدور الحاسم للدخول بالنسبة للأسواق الصناعية.

ملاحظات :

(1) انظر جولدشميد Goldschmid et al., (1974) عن بعض الحوار العام حول عوائق الدخول. هناك نقاش حديث عن تعارف عوائق الدخول في دراسة واترسون Waterson (1981).

(2) من المتعارف عليه عملياً أن كلاً من المتطلبات القانونية الخاصة بالصحة والسلامة مثلاً أو قواعد مواصفات الجودة تعتبر بديلاً عن عوائق الدخول الصريحة. في المجال الدولي استخدمت اليابان، ومنذ أمد بعيد مثل هذه الاجراءات، ويتزايد استخدامها الآن في دول السوق الأوروبية المشتركة، وخاصة فيما يتعلق بالمنتجات الزراعية.

(3) يفترض هنا وللتبسيط أن كلًا من المنشآت القائمة والداخلة لها نفس ظروف التكاليف والطلب. وتدخل بعض التعقيدات الإضافية في الحالات المخالفة: انظر بين (1968) كمثال.

(4) قد يظن القارىء أن ظروف الدخول قد حددت بطريقة موضوعية مستقلة عن توقعات المنشآت الداخلة. ولكن بالتمعن للحظة يتضح أن أسعاراً أعلى من (P_2) قد تدوم في المدى الطويل دون دخول منشآت جديدة إذا ما ظنت هذه المنشآت أنها ستواجه منافسة سعرية هائلة للمستويات السعرية الأقل من (P_2) متى تحقق دخولها السوق.

(5) يجب التأكيد على أن الدلائل الواردة بالجداول (4-2 و 4-1) قد بنيت على تصنيف تقديري وعليه فهي ليست موضوعية. ومع ذلك فإنها تعطي فكرة عن الأهمية المتوقعة للعوائق عملياً.

(6) تعد توقعات المنشأة الداخلة مهمة خاصة في هذه الحالة في تحديد ارتفاع عائق للدخول. وقد نوقش هذا الأمر بصورة مركزة في مبحث (4-2). ولكن لاحظ أيضاً أنه إذا اعتقدت المنشآت الداخلة بأن السعر السائد قبل الدخول سيبقى دون تغيير، وإذا كانت الأسواق تنازعية، كما جاء بالنقاش بمبحث (4-3) فإن (P_1) سوف يكون سعر التوازن في المدى الطويل. انظر مبحث (4-3) للتفاصيل.

(7) لا تحتاج عوائق بين في الواقع لعدم التماثل بين المنشآت القائمة والداخلة، فقد لا تتمكن المنشآت ذات الوضع المماثل من الدخول حتى ولو زاد السعر عن تكاليف الوحدة. وقد عرضت هذه النقطة على سبيل المثال في بين (1981) (انظر الفصل السادس للتفاصيل).

(8) تعد هذه أساساً للقول بأن المنشآت القائمة سوف توالد المنتجات بصورة نشطة لكي تعيق دخول منشآت جديدة في وجود تمييز الإنتاج وبعد اقتصاديات الحجم انظر مبحث (4-3-1) التالي.

(9) لقد درس بين أيضاً هذا التوقع الحدسي، ولكن كواحد من عدة توقعات

حدسية ممكنة بواسطة المنشآت التي يمكن دخولها.

(10) تم اشتقاق المعادلة (4-4) بواسطة موديجلياني. ويمكننا كتابة النتيجة بطريقة بديلة في هيئة مؤشر ليرنر Lerner (1934) لقوة الاحتكار كالآتي:

$$(P_1 - P_2)/P_1 = \bar{X}/ [\eta_1(X_c - \bar{X})$$

حيث أن η_1 مرونة طلب السوق عند حد السعر.

(11) احتمال الأرباح السالبة، يخلق مشاكل الاحتياجات المالية للمنشأة الجديدة بالنسبة للمنشآت ذات الإنتاج المتنوع، وإني لشاكر لبول جورسكي لهذه النقطة.

(12) انظر مثلاً بيفان Bevan (1974).

(13) يمكن الاطلاع على نقاش ممتاز حول ما يعرف بـ (Pre-emptive patenting) انظر جيلبرت ونيوبري Gilbret and Newbery. وسيناقش التسعير النهبي في الفصل الحادي عشر.

(14) ويعد هذا أحد الفروض الممكنة، بالطبع وفيما يلي المزيد من النقاش في هذه النقطة.

(15) في هذه المقالة يتناول سبنس ثلاثة حلول نموذجية ممكنة، يشير الأول إلى أن تعظيم الربح دون قيود يؤدي إلى طاقة انتاجية كافية لإعاقة الدخول بطريقة مباشرة. في هذه الحالة، يصبح التسعير في المدى القصير منفصلاً تماماً عن مشكلة إعاقة الدخول. ولكن تحت فرضنا لثبات تكلفة الوحدة والطاقة المحدودة بـ (k)، فلا تنطبق هذه النتيجة.

(16) فمثلاً يمكن إثبات أن في حالة الدالة الخطية للطلب $(X = \alpha - BP)$، حيث أن (β, B) ثوابت موجبة، تزيد تكلفة إعاقة الدخول مقيسة بالفقد في الرفاهية عن تلك الناتجة عن وجود الاحتكار التام لوحدة تكلفة الطاقة $[r < 0.4 (\alpha - c)]$ عند تكاليف طاقة أعلى، يصبح الفقد في الرفاهية الناجم عن الاحتكار التام أكبر، وكما يجب مراعاة أن عند

[r = 0,5 (∝-C)]، تكـون تكاليف الـطاقة الإنتـاجية عـاليـة جـداً حتى أن المنشأة القائمة في نموذج سبنس يمكنها فقط أن تضع سعر المنافسة وتنتج بالطاقة الكاملة. ولذلك فللجزء الأكبر من المدى الفعال للتكاليف النسبية للطاقة سيكون هناك طاقة زائدة كافيـة لأحداث فقـد أكبر في الرفاهية نتيجة لإعاقة الدخول عنها تحت الاحتكار التام.

(17) حللت هذه القضية في إطار ساكن في دراسة لدكست Dixit (1979).

(18) إذا فرض أن الاستثمار في الطاقة الإنتاجية بأكمله من النوع الذي يسترد بحيث تكون المنشأة القائمة قد تحملت بعض التكاليف الغارقة، فإنها تغطي تكاليف الفرصة البديلة بسعر مساوٍ لـ (C) في الشكل (7-4). ويخلق ذلك حالة من عدم التمـاثل أمـام الدخـول حيث يجب على المنشأة الجديدة أن تقرر ما إذا كانت ستتحمل تكاليف غـارقة. ومن ومن الـواضـح أن المنشـأة الجـديـدة ستحجم عن الـدخـول إذا كـان كل ما تتوقعه هو الخسارة، ولكن هـذا لا يمنع أن تستـطيع المنشـأة الجديدة المقاومة وبالتالي تحقيق الربح في المدى الطويل.

(19) لقد نوقشت هذه القضية باختصار في ديكست (1982).

(20) اختـلافاً شكليـاً طفيفاً لنمـوذج ديكسيتس، تجده في سكمـالينسى (1981) انظر كلك في سيلبر (1981).

(21) لقد طورت العديد من الدراسات السابقة عن المنـافسة المكـانية في أعقاب دراسة هوتلنج والتي لن تسترسل فيها هنا. أنـظر لانكستر Lancas-ter (1079) عن إطار فكري بديل يستخدم مواصفـات المنتج كـأساس للتحليل.

(22) تم التوصل إلى نتيجة مماثلة في إطار تحليل مكاني بدراسة لهاي Hay (1976).

(23) هناك أيضاً السؤال الشائك عن الدرجة المثلى لتمييز المنتج. للاطلاع

على محاولات في هذا المجال انظر لانكستر (1979) وسكيرر (1979 b).

(24) يبدو أنها قد كانت وجهة نظر لجنة الاحتكارات في مراجعتها لحالة سوق شرائح حبوب الإفطار ببريطانيا: انظر لجنة الاحتكارات (1973 a, para 18).

(25) للاطلاع على مقدمة مفيدة عن الأسواق التنازعية، انظر بومول (1972). ومعالجة شاملة تجدها في بومول، بإنزال وويلنج (1982).

(26) في حالة المنشأة القائمة ذات الاحتكار التام، هذه النتيجة لا تنطبق والسعر قد يفوق التكلفة الحدية عند التوازن. انظر بومول، بإنزال وويلنج (1982) لمزيد من التفاصيل.

(27) وهذه أيضاً بالطبع الحالة (على الأقل عند ثبات التكاليف) في نموذج برتراند لاحتكار القلة (انظر الفصل الثالث). ولكن، تعتمد نتائج براتراند على سلوك معين للمنشآت القائمة على عكس ظروف الدخول المفترضة في نظرية التنازعية.

الفصل الخامس
الربحية وهيكل السوق
PROFITABILITY AND MARKET STRUCTURE

نبحث في هذا الفصل العلاقة بين الأربحية وهيكل السوق، وبالأخص تركيز السوق، لقد تم إعداد عدد كبير من الدراسات التجريبية عن هذا الموضوع، خاصة في الولايات المتحدة، وسنناقش بعض النتائج في مبحث (5-3).

ويسبق نقاش النتائج التجريبية اختباراً للموضوعات النظرية والعملية في المبحثين (5-1) و (5-2). ويكثر الخلاف حول تفسير النتائج التجريبية وسنناقش بعض المواضيع الرئيسية في هذه المباحث ويجب أن نتذكر خلال مرورنا على هذا الفصل بأنه لم يتم التوصل إلى حل لهذه المسائل.

(5-1) قضايا نظرية: Theoretical Issues:

من الأمور المتفق عليها في الدراسات السابقة في الاقتصاد الصناعي أن التركيز العالي للسوق يؤدي إلى أرباح وأسعار مرتفعة، ويشير هذا إلى أن عمل القوة السوقية من شأنه الأضرار برفاهية المجتمع. وتبعاً لدمستر Demsetr، أصبحت تعرف بمذهب تركيز السوق[1].

فوفقاً لوجهة النظر هذه، فإن التركيز العالي للسوق، أي العدد الصغير

من المؤسسات أو الأنصبة السوقية غير المتساوية أو كليهما يسهل التواطؤ بالسوق، وبالتالي يمكن المنشآت من الوصول إلى ما يقرب من حل الاحتكار التام (تعظيم الأرباح المشتركة): وكلما زاد اقترابها من حل الاحتكار زاد تركيز السوق، ومن ثم فإن الارتباط الموجب بين الأربحية والتركيز يؤخذ كدعم لهذه الفرضية، وتشتق الاستنتاجات المناسبة المتعلقة بالرفاهية والسياسة، وهي أن التركيز العالي من شأنه أن يؤدي إلى الفقد في رفاهية المجتمع التي تصاحب تقييد الإنتاج بواسطة المحتكر، وإن هناك حاجة لسياسات فعالة ومضادة للإحتكار حتى يمكن الحد من أو نقص تركيز السوق. وفي الولايات المتحدة خاصة كانت هناك اقتراحات بتبني سياسات فعالة لإنقاص تركيز الأسواق، بما في ذلك من تقسيم للمنشآت لضمان أن تصبح الأسواق تنافسية في بعض النواحي الهيكلية، لكنها ضمنية الأداء والسلوك.

لقد كان لهذا المذهب آثاراً سياسية بعيدة، وبالطبع فإنه ليس بالأمر المستغرب أن يعارضها الاقتصاديون التقدميون والمحافظون. وبالإضافة إلى ذلك، فإنها ترتكز على سلسلة طويلة وممكنة من التبريرات المبالغ في تبسيطها والتي قد تخضع للنقد. ونركز هنا على بعض هذه الإنتقادات تاركين القضايا السياسية والمذهبية. النقد الأول لهذا المذهب هو التبسيط الزائد للعلاقة بين تركيز السوق والسعر. وهناك عدة نقاط يجدر ذكرها هنا:

أولاً ـ كما رأينا من قبل فهناك نظريات مختلفة لاحتكار القلة والبعض منها فقط يوحي بأن هناك علاقة موجبة بين التركيز والسعر. فمثلاً كل من نموذج كورنوت ونموذج المنشأة السائدة يوحي بأن الأسعار تزيد تبعاً لتركيز السوق بينما لا يتفق هذا وسمات بعض النماذج الأخرى، مثل نموذج برتراند. ولذا فلا يمكن أن يقال بأن هذه الإفتراضية لها أساس قوي في نظرية احتكار القلة

ثانياً وحتى لو ركزنا على مسألة الدمج، فإن العلاقة بين التركيز والتواطؤ قد تعتمد على عدة عوامل، كما تم نقاشها في الفصل الثالث.

وعليه فقد يقال أن النظرية وعلى أحسن حال توحي بأن هناك علاقة ضعيفة وعامة بين الأربحية والتواطؤ، والتركيز. فكلتا النقطتان تشيران إلى أن الأساس النظري لمبدأ تركيز السوق يعد ضعيفاً، ولذلك فهي تميل إلى اضعاف المبدأ.

الإنتقاد الثاني: والذي قدمه ديمسيت (1974) هو أنه حتى ولو سلمنا بالعلاقة بين التركيز والتواطؤ في نظرية احتكار القلة، فلا تزال هنا مشكلة الدخول. فالنماذج المعيارية لاحتكار القلة تتجاهل الدخول الفعلي والممكن وتفترض أن للمنشآت الموجودة بالأسواق المركزة قوة سوقية تمكنها من تحقيق أرباح غير عادية. ولكن المنشآت لن تتمكن من استغلال هذه القوة إذا ما واجهت التهديد بالمنافسة الممكنة من المنشآت الجديدة الداخلة. وقد يوحي هذا النقاش بأن هناك بعض التفاعل فيما بين عوائق الدخول والتركيز ضروري لتحقيق الأرباح العالية، وقد عنيت عدة دراسات في الواقع بهذا التفاعل. وعليه فقد نتوقع أربحية عالية في الأسواق ذات عوائق الدخول المرتفعة سيما في حالة ارتفاع التركيز حيث يتم الاتحاد بين المنشآت لاسغلال الموقف. ولكن يلاحظ أن ديمسيتز وبعض الكتاب الآخرين لا يقبلون بأهمية عوائق الدخول في دراساتهم التجريبية (إذا ما نحينا جانباً العوائق الناتجة عن التدخل الحكومي في السوق)، وعليه فهم يحاجون بأن الدخول الفعلي أو الممكن هو الذي يقضي على القوة السوقية لاحتكار القلة ومعها مبدأ تركيز السوق.

الانتقاد الثالث: والذي سنفحصه بصورة مكتملة، يتصل بتفسير معنى الارتباط الموجب بين الأربحية والتركيز. ويفسرها مذهب تركيز السوق متبعاً التسلسل من التركيز إلى التواطؤ الذي يفضي إلى أرباح المحتكر. ومن جهة أخرى يجادل ديمسيتز وآخرون بأن وجود الأرباح هو علامة لتحقق الكفاءة فضلاً عن كونها دليلاً على وجود قوة احتكارية بالسوق. فحقيقة تلازم كل من الأرباح العالية والتركيز العالي ليست ناتجة عن تسبب الأخير في الأول، ولكن لأن الكفاءة العالية تتسبب في وجود كليهما. فالمنشأة التي تتميز

بالكفاءة العالية، سوف تميل لأن تكون كبيرة الحجم وذات أرباح عالية. وبالإجمال، فإن السوق التي تزيد فيه كفاءة المنشآت الكبيرة، سوف تتميز بالتركيز المرتفع والأرباح العالية. ولذا، فستنتج العلاقة الموجبة بين الأربحية والتركيز كنتيجة للكفاءة العالية وبطريقة مستقلة عن أي قوة سوقية، وبتبعات ذات مضمون مختلف تماماً بالنسبة للرفاهية الاجتماعية والسياسية.

ويمكن إيضاح حجة ديمسيتز عن طريق مزايا التكاليف المطلقة لمنشآت ناجحة مستخدمين حالة احتكار القلة للسلعة المتجانسة كمرجع[2]. لتأخذ سوقاً به (n) منشأة ودعنا نفترض أن المنشآت مرتبة من الأعلى إلى الأدنى كفاءة مقيسة بالتكلفة الحدية الثابتة، [pc_i (i = 1,2,3,.... n)]. فإذا كانت ($p = p(x)$) هي معكوس دالة الطلب للسوق، و ($x = \Sigma^n_i x_i$) هو إنتاج السوق، فبالإمكان إثبات أن تعظيم الربح يعني:

$$\frac{x_i}{x} = \frac{\alpha}{1-\alpha} + \frac{\eta}{1-\alpha}\left(1 - \frac{c_i}{p}\right) \quad (5\text{-}1)$$

حيث أن [$\eta = (-dx/dp)(P/x)$] هي مرونة الطلب السعرية السوق و [$\alpha = (dx_j/dx_i)(xi/xj)\ j \# i$] هي الاستجابة الحدسية التناسبية للإنتاج للمنشآة (j) للتغير في إنتاج المنشأة (i). ولما كان السعر هو (p) لكل المنشآت فمن المعادلة (5-1)، ولقيم معلومة لكل من (α و η)، يتضح أن المنشأة ذات التكلفة الأقل تكون لها هامش (سنستخدم كلمة «هامش» فيما يلي للدلالة على الفرق بين السعر والتكاليف الحدية) أكبر ونصيبها السوقي أكبر كذلك. وعلاوة على ذلك، فإذا رجحنا المعادلة (5-1) بـ (x_i) وجمعناها لـ (n) من المنشآت، فبالإمكان أن نثبت أن:

$$\frac{p - \sum_{i=1}^{n} c_i x_i / x}{p} = \frac{H(1-\alpha)}{\eta} + \frac{\alpha}{\eta} \quad (5\text{-}2)$$

حيث أن $[H = \Sigma^n_i (x_i/x)^2]$ هو مؤشر إنتاج هيرشمان ـ هيرفندال للتركيز إذن، فالمتوسط المرجح للهامش (مرجحاً بالإنتاج) يتناسب طردياً مع مؤشر (H) في المعادلة (5-2) وذلك لقيم معلومة لكل من (α و μ). وتنشأ هذه العلاقة وإلى حد ما بسبب التفوق في الكفاءة الإنتاجية للمنشآت الكبيرة، حيث أن بالإمكان إثبات أن:

$$H = \frac{1}{n} + \left[1 - \frac{n(\eta - \alpha)}{1 - \alpha}\right]^2 \frac{v_c^2}{n} \tag{5-3}$$

حيث أن (v_c) هو معامل التباين للتكاليف الحدية (أي نسبة الانحراف المعياري لـ (C_i) إلى متوسطها). وبما أن (η[1]) يمثل الحد الأدنى لقيمة (H) (في حالة تساوي أحجام المنشآت). فإن جزءاً من العلاقة بين التركيز وهامش «السعر ـ التكلفة الحدية» في (2 – 5) يرجع لتفاوت كفاءة التكاليف بين المنشآت في (5-3) (أي يرجع إلى $V_c^2 > 0$).

ويجب الإشارة إلى أن فرضية ديمسيتز القائلة بأن المنشآت الأقل تكلفة يكون لها هامش أكبر ونصيب سوقي أكبر قد لا تنطبق على كل نماذج احتكار القلة. غير أنها قد تفسر جزءاً من الارتباط بين تركيز السوق والأربحية ويناقش مبحث (5-3) بعض الدلائل العملية عن هذه الإمكانية. كما يجب أيضاً ملاحظة أن فرضية ديمسيتز لا تستبعد سلوك التواطؤ الملازم للتركيز المرتفع. ففي إطار النموذج عاليه، يمكن إثبات أن نتائج التواطؤ تتضمن قيماً عالية لـ (α) حيث ($0 \leqslant \alpha \leqslant 1$) وتتضمن استجابات إنتاج حدسية تناسبية أكبر من قبل بواسطة المنافسين مما يؤدي إلى هوامش أكبر. لذا، يبدو من المحتمل أن يعمل تأثير كل من الكفاءة والتواطؤ معاً لزيادة الأربحية، وتناقش هذه القضية كذلك في مبحث (5-3).

(5-2) قضايا أكثر عملياً: More Practical Issues:

(5-2-1) مواصفات نماذج الاقتصاد القياسي:
Specifications of Econometric Models:

تستخدم معظم الدراسات عن هيكل السوق والربحية الصيغة العامة لنوذج الاقتصاد القياسي:

$$\eta = f\,(c.\ B.\ D) \qquad (5\text{-}4)$$

حيث أن ($\prod$) هو مؤشر للربحية، و (B, C, D) عبارة عن متجهات (vectors) للمتغيرات المستقلة (انظر Martin, 1979). وبناء على هذا النموذج تعتمد الأربحية في السوق على المتجه (C) ويعكس سهولة التواطؤ والمتجه (B) ويشمل متغيرات تمثل شروط الدخول، والمتجه (D) ويمثل ظروف الطلب. ودون تحديد، فالمنطق وراء النموذج (5-4) يميز بين العوامل المحددة للربحية على كل من جانب الطلب وجانب العرض. على جانب العرض، ترتبط الربحية بكل من عوائق الدخول والتواطؤ. فالعوائق العالية للدخول تحمي المنشآت القائمة من المنافسة الممكنة وبذلك تمثل شرطاً ضرورياً للأربحية العالية. ولكن وبصرف النظر عن تهديد المنافسة الجديدة، فإن المنافسة بين المنشآت الموجودة أصلاً بالسوق قد تمحو أي أرباح غير عادية. لذا، فإن فاعلية التواطؤ في السوق تحدد إلى أي درجة يمكن استغلال الموقف الاحتكاري. وطالما يمكن للمنشآت القائمة أن تهدد المنافسين الجدد بصورة أكثر فاعلية في حالة احتكاراً محكم للقلة، فقد تتمكن علاوة على ذلك من رفع العوائق الفعالة في مواجهة المنافسة الجديدة. وتوحي هذه الاعتبارات بإمكانية تفاعل كل من عوائق الدخول والتواطؤ معاً لتحديد الربحية[3]. وعلى جانب الطلب نجد أن نمو السوق أو مرونة الطلب السعرية أو كليهما معاً يؤثران أيضاً في الربحية حيث أن النمو السريع و/أو عدم مرونة الطلب من شأنهما أن يزيدا من قوة الاحتكار عند ثبات ظروف العرض.

دعنا نتمعن أكثر في العوامل المذكورة في المعادلة (4-5). وكما لوحظ عاليه، فإن درجة التواطؤ الفعال عادة ما تقدر بواسطة تركيز السوق، مقيساً بمختلف المؤشرات مثل مقلوب عدد المنشآت، نسبة التركيز، مؤشر هيرشمان ـ هيرفندال وما إلى ذلك. وبالإضافة إلى ذلك، يستخدم في الولايات المتحدة مؤشر للتشتت الجغرافي لإجراء تعديل للتواطؤ المحتمل وجوده في الأسواق الإقليمية. وعندما يعتقد في أهمية التجارة الخارجية، يستخدم التعديل الخاص بالواردات والصادرات. وببساطة قد يأخذ ذلك شكل تعديل «مؤشر التركيز المحلي» للتجارة الخارجية. وقد يفترض كذلك أن المنافسيين الأجانب لهم وجهة نظر مختلفة عن المنشآت القومية فيما يختص بالتواطؤ، وعليه يمكن معاملة الجزء المستورد من المبيعات على حدة. وفي بعض الدراسات أخذ في الاعتبار تركيز المشترين كقوة موازنة لتواطؤ البائعين وقد تستعمل هذه الحجة في بعض الأحيان لتبرير التمييز بين سلع المستهلك وسلع المنتج، وإن أدى استمرار الزيادة في تركيز أسواق التجزئة إلى طمس هذا التمييز.

لقد استخدم عدد من المتغيرات لتقدير عوائق الدخول. فوفقاً لتحليل بين، أخذت في الاعتبار عوائق الدخول الناشئة عن التمييز السلعي، واقتصاديات الحجم، والاحتياجات الرأسمالية. فعائق الدخول الناتج عن التمييز السلعي يمكن تقديره بنسبة تكلفة الإعلان إلى المبيعات بالصناعة، كما يمكن أخذه في الاعتبار عن طريق التمييز بين سلع المستهلك وسلع المنتج. أما عائق الدخول الناتج عن اقتصاديات الحجم، فعادة ما يقرب بتقدير للحد الأدنى لمستوى الإنتاج الكفء بالنسبة لحجم السوق وهذه في بعض الأحيان تكمل بتقدير تكاليف الأضرار الناجمة عن تشغيل المصنع عند مستوى أقل من الحد الأدنى للإنتاج الكفء. كما قد تستخدم الاحتياجات الرأسمالية للمصانع ذات الحد الأدنى للإنتاج الكفء كتقدير تقريبي لعائق الدخول الناشىء عن الاحتياجات الرأسمالية، كذلك بعض الدراسات تضمن الإنفاق المطلق على الإعلان لمثل هذه الاعتبارات. وتعد المنافسة الممكنة من

الخارج كأحد العوامل الهامة في بلدان الاقتصاد المفتوح، وتعتبر الضرائب الجمركية وتكلفة الشحن للوحدة من قيمة المبيعات من المؤشرات المفيدة للحماية المتوفرة للمنتجات المحلية وكذلك فإن ارتفاع تكلفة النقل توفر الحماية أيضاً من المنافسة الجديدة في الأسواق الإقليمية. وتقدم الحماية أيضاً عن طريق تراخيص حق الاختراع ورعاية الحكومة للمنشآت القائمة في مواجهة المنافسة الجديدة، وإن كان من الصعب عادة أخذ مثل هذه العوامل في الاعتبار على أساس عام.

وعلى جانب الطلب، نجد أن كلًّا من نمو السوق ومرونة الطلب قد تؤثر في الأربحية. فمن المتوقع أن تزيد الأربحية في السوق النامية إذا ما تخلفت تعديلات العرض عن اللحاق بالزيادة في الطلب. كذلك، فقد تؤدي قلة مرونة الطلب الظاهرة إلى زيادة في الأسعار والربحية. وقد اقترح العديد من الكتاب استخدام النسبة الفعلية للواردات إلى المبيعات المحلية كتقدير مقرب لمرونة الطلب السعرية، عاكسة مرونات أعلى في حالة زيادة التهديد من المنافسة الأجنبية. وقد يكون لنسبة الإعلان إلى المبيعات دور من جانب الطلب إذا ما أدت زيادتها إلى نقص في مرونة الطلب. وفي بعض الأحيان يبرر التمييز بين سلع المستهلك وسلع المنتج نسبة لما يترتب عليه من تقليل للتباين في سمات الطلب للصناعات. وبينما هناك مشاكل محددة للاقتصاد القياسي خاصة بكل دراسة، فإننا سنتناول هنا باختصار عدة مشكلات ذات صيغة أكثر عموماً.

أولاً - لقد اقترح عدد من المتغيرات كمحددات للأربحية، وخاصة تركيز السوق، وتسلل الواردات ونسبة الإعلان إلى المبيعات، وليست هذه المتغيرات وعلى وجه التحديد متغيرات خارجية (أو exogenous بمعنى أنها تتحدد خارج النظام) وعلى الأرجح أن تتحدد هذه المتغيرات والربحية معاً تبعاً للظروف الأساسية للطلب والعرض في السوق. ويعني هذا أن معادلة الربحية في الحقيقة، هي واحدة ضمن مجموعة من المعادلات الآنية التي تصور علاقات اقتصاديات الصناعة. وإلى جانب ذلك، فإذا كان من المحتمل

أن تتأثر هذه المتغيرات بالأربحية أو ببعضها البعض، فقد يزيد ذلك وبدرجة ملحوظة من صعوبة تقدير تأثيرها على الربحية. فمثلاً، بينما قد تعمل كثافة الإعلان كعائق للدخول وبالتالي تزيد الأربحية، نجد أن الأربحية في حد ذاتها قد تكون الحافز على الإعلان، وعليه فهناك علاقة متبادلة بين هذين المتغيرين، في هذه الحالة قد يكون من الضروري استخدام أساليب المعادلات الآنية الأكثر تعقيداً في محاولة لفصل هذه التأثيرات المختلفة، وفي مبحث (5-3) نناقش أعمال بعض الكتاب الذين استخدموا هذه الأساليب.

ثانياً ـ العديد من المتغيرات التي اقترحت كمحددات للربحية، مثل مرونة الطلب السعرية، عادة ما تكون غير مشاهدة في الواقع ولذا فقد يتم حذفها ببساطة من المعادلة المقدرة. وعلى وجه الخصوص عندما تقاس الأربحية بالهامش (كما في المبحث التالي) فإن من المتوقع مع ثبات باقي العوامل أن تكون مرتفعة في الصناعات ذات الطلب قليل المرونة. إن حذف مرونة الطلب السعرية كمحدد للأربحية عند مقارنة الصناعات يمكن أن يؤدي إلى تقديرات متحيزة لتأثيرات باقي العوامل على الأربحية إذا ما كانت هذه العوامل مرتبطة بالمرونة.

وأخيراً، فربما تكون هناك أسباب جيدة من حيث المبدأ لضم المتغيرات السابق نقاشها كمحددات للأربحية، ولكن قد يكون قياس تأثيراتها المستقلة على الأربحية من الصعوبة بمكان إذا ما كان الارتباط بينها عالياً. فمشكلة الارتباط الخطي المتعدد بين المتغيرات المستقلة، وإن لم تتسبب في تقدير متحيز لتأثيرها، إلا أن وجودها يؤدي إلى تقديرات لا يعتمد عليها وقد تكون إحصائياً غير معنوية. وعليه فقد تكون التأثيرات المقدرة على الربحية غير دقيقة أو تبدو غير معنوية إحصائياً وبالتالي قد لا يكشف عن العلاقة الحقيقية. ولهذه المشكلة أهمية خاصة في الإطار الحالي، فعادة ما تتسم الصناعات ذات التركيز العالي بالتكثيف الرأسمالي و/أو اقتصاديات حجم هامة أو كليهما معاً، بحيث يؤدي ضم هذه المتغيرات من عوائق

الدخول إلى جانب التركيز كمحددات للأربحية إلى إثارة هذه المشكلة. ولذلك تعد إمكانية وجود الارتباط الخطي المتعدد إحدى مشكلات الاقتصاد القياسي التي يجب عدم إغفالها عند دراسة الأدلة التجريبية

(5-2-2) مشاكل المفاهيم والقياس:

Conceptual and Measurement Problems:

لقد ركزت الدراسات التي تمت في الولايات المتحدة عن الأربحية وهيكل السوق في الفترة السابقة للسبعينيات، على اختبار محددات معدل العائد على الأصول الرأسمالية (أو الأسهم) عبر الصناعات. فتحت ظروف المنافسة، وبعد أن أخذ في الاعتبار بالطريقة السليمة أثر استهلاك رأس المال، والمخاطرة وسعر الفائدة، فإن معدل العائد يساوي صفراً (عند التوازن). ويلاحظ المعدل الموجب في وجود القوة الاحتكارية (أو الكفاءة العالية لبعض المنشآت). وعادة ما يكون ذلك كنتيجة لاستخدام الأساس المحاسبي في تقويم الأصول والتي لا تمثل القيمة الاقتصادية للمنشآت. ولما كان أي شيء (بما في ذلك القوة الاحتكارية) يدر دخلاً يعتبر أصلاً للمنشأة بالتعريف، لذا فإذا حسبت القيمة الحالية لهذه الأصول بالطريقة المناسبة فإن أرباح المحتكر سوف تحجب. ويعد اختلاف القياس المحاسبي للأصول عن قيمتها الاقتصادية الأساس في استخدامها في دراسات الأربحية. ومن المتوقع في الغالب أن يؤدي استخدام القياس المحاسبي للأصول إلى الإقلال من مقدار القوة الاحتكارية وبذا تميل معدلات العائد المرصودة إلى الارتباط الموجب مع درجة الاحتكار.

. وتوجد هناك مشكلات صعبة للقياس المحاسبي للأربحية. فإذا اقتصرت هذه المشكلات على الأخطاء في القياس والتي لا ترتبط بالمتغيرات المستخدمة لتفسير الربحية، فلن يؤدي ذلك إلى تقديرات منحازة للتأثيرات. ولكن قد يكون هذا الافتراض غير معقول فمثلاً، قد تحدث إعادة لتقويم الأصول خاصة في الصناعات المتأثرة بالإندماج. وإذا كانت هذه هي

الصناعات التي يسود فيها التواطؤ فسوف تميل أرباح المحتكر إلى أن تكون مقنعة، ومرة ثانية، فقد لا ترصد بعض أرباح المحتكر كأربح، وخاصة في المنشآت الصغيرة حيث يتم تقسيم الدخل بين الأرباح، والمرتبات والنفقات بطريقة عفوية. وقد جادل ستيجلر (1963) بأن هذا العامل يميل إلى أن يقلل من حجم الأرباح المرصودة في حالة المنشآت الصغيرة ويزيد هذا التأثير في الصناعات منخفضة التركيز. ولذا، فإن صح ذلك فسيلاحظ هناك تحيز في اتجاه مضلل لعلاقة قوية بين الأربحية والتركيز. وأخيراً، فهناك حافز لإخفاء الأرباح العالية للمحتكر في الحسابات لأغراض الضرائب والعلاقات العامة، مما قد يؤدي إلى تحيز إلى أسفل في تقدير العلاقة بين الأربحية والتركيز. وفي الحقيقة، وكما لوحظ مسبقاً فإن السبب في وجود الدلائل على قوة المحتكر إنما يعزي إلى طبيعة الأسلوب المحاسبي التقليدي الذي لا يسمح بالتعديل التام للحسابات.

والمشكلة الرئيسية لاستخدام معدل العائد كمقياس للربحية ينشأ من عدم توفر البيانات المقارنة عن الأصول مصنفة بأسلوب مناسب للصناعات منفردة. وينطبق هذا وبصفة خاصة على بريطانيا. ويستخدم الهامش كمقياس بديل للأربحية في كل من بريطانيا والولايات المتحدة. ويقاس هذا المتغير عادة من إحصاء الإنتاج مأخوذاً كالفرق بين القيمة المضافة والأجور والمرتبات مقسوماً على الإيراد الكلي، ولذلك فهو تقريب للنسبة بين الأرباح الكلية وبتكاليف الثابتة إلى المبيعات. وبطريقة بديلة، يمكن بالنظر إليه ليس كمؤشر للربحية بل كتقريب لمؤشر للقوة السوقية. ووفقاً لليرنر Lerner (1934) يمكن أن نجادل بأن $[(p_i - c_i)/P_i]$ هو المؤشر المناسب للقوة الاحتكارية للمنشأة (i)، حيث أن (P_i) هي السعر، و (c_i) هي التكلفة الحدية. ويقيس هذا المؤشر الإنحراف النسبي للسعر (مفروض أنه الأمثل) عن السعر المساوي للتكلفة الحدية ولذا فهو يعكس درجة تقييد الإنتاج بواسطة المحتكر. فإذا أخذ المتوسط المرجح لمؤشرات ليرنر، مستخدمين الإيرادات كأوزان، نحصل على الآتي:

$$PCM = \frac{\sum_{i=1}^{n} \frac{(p_i - c_i)}{p_i} p_i x_i}{\sum_{i=1}^{n} p_i x_i} = \frac{\sum_{i=1}^{n} (p_i - c_i) x_i}{\sum_{i=1}^{n} p_i x_i} \qquad (5\text{-}5)$$

حيث أن (x_i) هو إنتاج المنشأة (i) و PCM هو الهامش للصناعة. ويعتبر الهامش المقاس هو فقط تقريب للمعادلة (5-5) إلا في حالة ثبات متوسط التكاليف المباشرة حيث تكون مساوية للتكاليف الحدية، (c_i). ولكن، إذا ما أمكن اعتبار هذا التقريب ذا دقة معقولة فإن الهامش يعطي قياساً مباشراً ومعقولاً لقوة الاحتكار. وفي حالات أخرى، وخاصة في وجود اقتصاديات الحجم، فسوف يكون ذلك التقريب موضع شك حيث تنحرف التكاليف الحدية عن متوسط التكاليف.

إن استخدام بيانات الهوامش لا يلغي الحاجة لقياس الأصول الرأسمالية. عند التوازن تحت المنافسة نجد أن نسبة الأرباح الكلية إلى المبيعات تختلف بين الصناعات ويرجع ذلك في الغالب إلى الاختلافات في نسبة رأس المال إلى المبيعات. وبناء على ذلك، فمن الضروري أن يعالج وجود هذه الاختلافات قبل تقويم الآثار الممكنة لقوة الاحتكار. والدراسات البريطانية بصفة خاصة كانت قد واجهت هذه المشكلة، وعادة ما تستخدم مقاييس غير تامة لرأس المال. وقد حاولت بعض الدراسات معالجة الإعلان والإنفاق على البحث والتطوير والتي تدخل في مقياس الأرباح الإجمالية. وهناك مشاكل متصلة بمعالجة هذه البنود كمنصرفات جارية بمقابل النفقات الاستثمارية وتناقش هذه القضية أكثر في الفصل السادس (لحالة الإعلان). وأخيراً، ولما كانت إيرادات المبيعات يمكن أن تتأثر بالعوامل العرضية مثل عبء الضرائب النوعية وإجراءات المحاسبة الداخلية في منشآت التكامل الرأسي (انظر الفصل الثامن)، استخدمت بعض الدراسات نسبة الأرباح الإجمالية بالإضافة إلى القيمة المضافة بدلاً عن إيرادات المبيعات[4]. ويعد هذا المقياس النصيب غير الأجري في القيمة المضافة، وبالرغم من تميز

المقياس بهذه الميزة، فهو أقل ارتباطاً بمؤشر ليرنر لقوة الاحتكار عن الهامش المقيس بالطريقة التقليدية.

ومن المشاكل الإضافية المحيطة بالمتغيرات المستخدمة في تفسير الأربحية كما لاحظنا فى مبحث (5-1) أن الإرتباط الموجب بين الربحية والتركيز قد يعكس أما آثاراً للكفاءة أو التواطؤ، والتي تؤدي لمشاكل في ترجمة نتائج الدراسات العملية، وأيضاً إلى مشاكل في قياس التركيز (أنظر الفصل الثاني) وخاصة عندما تكون الصادرات والواردات من السمات الهامة للسوق.

ثانياً - وكما لاحظنا من قبل فهناك مشكلات تتصل بمفاهيم وقياس كثافة رأس المال والإعلان. وكمثال أخير، نجد أن اقتصاديات الحجم كعائق للدخول عادة ما تقدر وبطريقة غير صحيحة بمتغير للحجم المتوسط من

جدول رقم (5-1): متوسط معدل الربح في الصناعة بالولايات المتحدة 1936 - 1940

متوسط معدل الربح	عدد الصناعات	نسبة التركيز C_8
9.1	1	0-10
17.0	1	10-20
10.4	2	20-30
6.3	5	30 - 40
8.6	2	40 - 50
5.8	4	50 - 60
5.8	5	60 - 70
16.3	3	70 - 80
9.8	11	80 - 90
12.7	8	90 - 100

المصدر: بين (1951، جدول II، ص 313)

المصـانـع، في قيـاس أدنى مسـتـوى للحجم الأمثـل للمصنـع في غيـاب المعلومات التفصيلية عن النسبة بين التكاليف والحجم. وباختصار، فهناك الكثير من المشكلات الخاصة بالمفاهيم والقياس بدراسات الأربحية وهيكل السوق، ويجب ألا يغفل ذلك عند تقويم نتائج الدراسـات التجريبيـة في المبحث التالي.

(5-3) دلائل تجريبية[5]: Empirical Evidence:

(5-3-1) الدراسات الأمريكية: US Studies:

تعد دراسة بين (1951) بمثابة الدراسة الرائدة في مجال الأرباح والتركيز فقد تناول عينة من 42 صناعة بالولايات المتحدة في الفترة (1940 - 1936)، وقارن متوسط معدلات أرباح المنشأة الكبيرة (صـافي من ضريبـة الدخـل) بالنسبة للقيمـة الصافيـة خلال تلك الفتـرة بنسبة تـركيز لثمـان منشآت في (1935). ويـوضح جـدول (5-1) تصنيف بين للبيانـات وفقاً لفئـات عشريـة للتركيز. وكما يبين الجدول، فإن متوسطات عالية لمعدلات الربح تقع في المدى الأعلى من 70%، ومرة ثانية في صناعات قليلة جداً والتي يقل فيها التركيز عن 30%. وقد دفعت هذه البيانات بين إلى استنتاج أن على أحسن الفروض فهناك فقط دلائل ضعيفة على وجود علاقة خطية موجبة بين الربحية والتركيز، ولكن هناك تغير حاد لمتوسط معدلات الربح عند حوالي مستوى 70%. وأكثر شكلية، ففي هذه العينة قدر معامل الارتباط الخطي البسيط (r) بين الربحية والتركيز بحوالي 33%، ولا يكفي ذلك لرفض افتراض أن معامل الارتباط للمجتمع مساوٍ للصفر عند مستوى معنوية 5%. ومن جهة أخرى، فقد كان متوسط معدلات الربح في الصناعات ذات نسبة التركيز الأعلى من 70% حوالي 11.88 مقارناً لحوالي 7.5% في حالة الصناعة ذات التركيز الأقل. وقد كان هذا الفرق معنوياً عند مستوى 1%، كما كان متسقاً ووجهة نظر بين

بأن معدلات الربح المرتفعة ترتبط والتواطؤ الفعال، وبالتالي ترتبط والتركيز المرتفع مقارناً بما هو عليه في الصناعات ذات التركيز المعتدل أو المنخفض.

وقد وسع بين دائرة بحثه في دراسته الأخيرة (1956) ليستوعب أثر عوائق الدخول إلى جانب تركيز السوق. وكما لوحظ في الفصل الرابع، فقد صنف بين عينة من 20 صناعة إلى مجموعات ذات عوائق دخول «عالية جداً» و «عالية» و «معتدلة أو منخفضة» هذه الصناعات أيضاً تم تصنيفها وفقاً لدرجة تركيزها إلى «عالية» و «معتدلة أو منخفضة» هذه الصناعات أيضاً تم تصنيفها وفقاً لدرجة تركيزها إلى «عالية» (نسبة التركيز لثماني منشآت أعلى من 70%)، ومتوسطة أو منخفضة (نسبة تركيز أقل من 70%)، وقد وجد بين أن في الفترتين (1940 1936) و (1951 - 1947) كانت معدلات الربح أعلى بكثير في صناعات التركيز المرتفع مقارنة بحالتها في صناعات التركيز المنخفض. بالإضافة إلى ذلك فقد وجد أن معدلات الربح كانت مرتفعة جداً في صناعات عوائق الدخول «المرتفعة جداً»، وإن لم يتمكن من التفريق بين معدلات الربح للصناعات ذات عوائق الدخول «العالية» و «المعتدلة» وأخيراً، فبالرغم من أن صناعات عوائق الدخول «المرتفعة جداً» قد اتسمت أيضاً بالتركيز «المرتفع جداً»، إلا أن بعض الصناعات ذات التركيز «المرتفع جداً» اتسمت بعوائق دخول «عالية» و «معتدلة» أو منخفضة، وكانت معدلات أرباحها تميل لأن تكون مرتفعة عن المتوسط لهذه المجموعة من عوائق الدخول. وقد تحصل مان (1966) على نتائج مشابهة في عينته الموسعة والمشتملة على 30 صناعة خلال الفترة (1960 - 1950). لذا فكلتا الدراستين تشيران إلى أن عوائق الدخول والتركيز يمثلان اثنين من المحددات الرئيسية للأربحية في الصناعات الإنتاجية بالولايات المتحدة خلال تلك الفترة الزمنية الطويلة.

ولم تسلم هذه النتائج المبكرة لبين ومان من النقد. فقد انتقد بروزن Brozen (1971) وعلى سبيل المثال، إجراءات اختيار العينة في المقالة الأولى

لبين، وقد استخدم عينة كبيرة من الصناعات في (1940 - 1939) فوجد أن هناك فرقاً بسيطاً يمكن تجاهله لمتوسط معدلات الربح بين صناعات التركيز العالي والمنخفض مستخدماً نسبة التركيز لثماني منشآت مساوية لـ 70% كنقطة الفصل. كذلك، فهناك دراسة هامة لستيجلر (1963) (انظر كيلباترك Kilpatrik, 1968) والتي تناول فيها معدل العائد ودرجة التركيز في الفترة (1957 - 1938). فوجد أن الصناعات المركزة (تركيز القيمة المضافة لأربع منشآت أعلى من 60%) كان لها متوسط أعلى لمعدلات العائد في الفترتين (1941 - 1938) و (1957 - 1948) بالمقارنة بالصناعات قليلة التركيز (نسبة التركيز أقل من 50%)، ولكن العكس كان صحيحاً خلال الفترة **(1948 - 1941)**. وكانت المعدلات الربح بالصناعات المركزة ذات ارتفاع معنوي إحصائياً فقط عند مستوى 5% في الفترتين (1954 - 1951) و (1957 - 1955). وينقص الفرق في معدلات الربح أكثر عندما يتم تعديلها لتعكس الزيادة في المسحوبات التي يقوم بها مديرو المؤسسات الصغيرة، والتي تلعب دوراً هاماً في الصناعات الأقل تركيزاً، وعليه فدراسة ستيجلر توحي بأن هناك دعماً عملياً محدوداً لمبدأ تركيز السوق.

في (1969 و 1968) قام كل من كولينز وبريستون Collins and Preston بأول تحليل منهجي لهامش «السعر ـ التكاليف» بالصناعة في الولايات المتحدة ولبيانات الهامش ميزة سهولة الحصول عليها من إحصاءات الصناعات بالولايات المتحدة، مما يسمح للتحليل باستخدام عينات أكبر من الصناعات عن تلك المستخدمة بالدراسات أعلاه. وفي دراستهم المنشورة في (1969) وعلى سبيل المثال، استطاع كولين وبرستون من تناول عينة من 417 صناعة من مجموعة الأربعة أرقام في (1963) وعينة مقارنة من 243 صناعة من ذات المجموعة في (1958) و (1963). وباستخدام الانحدار المتعدد، أمكنهم من تقدير معادلة انحدار الهامش كدالة في نسبة التركيز لأربع منشآت، ومؤشر للتوزيع الجغرافي (لمعالجة وجود صناعات تخدم أسواقاً محلية أو إقليمية) ونسبة رأس المال إلى الإنتاج (لمعالجة

اختلاف نسبة التكاليف الثابتة إلى المتغيرة). فوجدوا أن للتركيز أثراً موجباً ومعنوياً على الهامش في كلتا السنتين. ولم تتغير هذه النتيجة بإدخال متغيرات مستقلة أخرى بالمعادلة وكانت المعادلة المقدرة لـ (417) صناعة في (1963) هي:

$$PCM = 1954 + 0.096\ CR - 0.029\ GD\ 01\ 0.092\ KO \qquad (5\text{-}6)$$
$$R^2 = 0.19$$

حيث أن تأثير كل من التركيز (CR) وكثافة رأس المال (KO) على الهامش (PCM) كان معنوياً عند مستوى 1%، وكان للتوزيع الجغرافي الإشارة الجبرية المتوقعة عند مستوى معنوية 5%. ومن المعادلة)5-6) يتضح أن للتركيز تأثيراً صغيراً لكنه معنوي على هامش «السعر ـ التكاليف» في (1963) ويتضح أن هناك (5%) فروقاً في الهوامش بين صناعة ذات تركيز 20% وأخرى بتركيز 70%. ولكن يلاحظ أن الجزء الأكبر من التغير في الهامش غير مفسر في المعادلة (5-6) كما يتضح ذلك من قيمة (R^2).

وقد توصل كولينز وبريستون إلى عدة نتائج أخرى. **أولاً**: كانت العلاقة بين الهامش والتركيز معنوية في حالة الصناعات ذات التركيز المستقر أو المتزايد في الفترة (1958-1963) ولم تكن كذلك في الصناعات ذات التركيز المتناقص. **ثانياً** ـ كان تأثير التركيز على الهامش أكبر في حالة صناعات سلع المستهلك بالمقارنة بصناعات سلع المنتج، وقد فسر ذلك بتوفر المعلومات والقدرة على المساومة من جانب المشترين لسلع المنتج. وقد وجد أن تقسيم صناعات سلع المستهلك إلى مجموعة التمييز المعتدل إلى العالي للمنتج ومجموعة التمييز المنخفض للمنتج، لم يؤدي إلى أي زيادة في الهامش للصناعة.

وقد أوضحت دراسة للمتابعة قام بها وييز -(1974) Weiss، إن نتائج كولينزر بريستون لم تتأثر بإضافة متغيرات مستقلة أخرى. فمثلاً باستخدام 399 من صناعات كولينز وبريستون لسنة (1963)، قام وييز بإضافة المتغير (AS) لكثافة الإعلان والمكتب المركزي للتوظيف (CE) وذلك لمعالجة النفقات

التي لم تخصم عند قياس الهامش، وكذلك المتغير (IS) يمثل نسبة مخزون الإنتاج إلى المبيعات والمتغير (G) ويمثل نمو الإنتاج في الفترة (1963-1954) بالإضافة للمتغير (CS ⋆ CR) ويقيس حاصل ضرب النسبة المئوية للمبيعات التي تذهب للمستهلكين ونسبة التركيز. فكانت المعادلة المقدرة هي:

$$\begin{aligned} PCM = {} & 16.8 + 0.05CR - 0.03GD + 0.11KO + 1.3AS \\ & (15.3)\ (2.76)\ \ (-3.04)\ \ (7.26)\ \ (7.23) \\ & + 0.20CE - 0.03IS + 0.23G + 0.08CS^{*}CR \qquad R^2 = 0.42. \\ & (1.46)\ \ (-0.69)\ \ (2.64)\ \ (2.75) \end{aligned} \tag{5-7}$$

فجميع المتغيرات بخلاف (CE) و (IS) كان لهـا الإشارات الجبـرية المتوقعة وكانت كذلك معنوية عند مستـوى (5%). ويلاحظ وعلى الأخص احتفاظ التركيز بالتأثير الموجب المعنوي على هامش «السعر ـ التكاليف»، وبتأثير إضافي متزايـد في الصناعـات الأكثر تـوجهاً للمستهلك (كمـا يشير إلى ذلك معامل CR ⋆ CS)).

وقد وجدت معظم دراسات الأربحية أو الهامش في الولايات المتحدة وحتى السبعينيات تأثيراً موجباً ومعنوياً للتركيز على المتغير التابع. ويتضـح ذلك جلياً من المسح الذي قام به وييز (1974) عن الأدلة، والتي توحي بأنه وعلى الأقل في الفترة (1067-1953)، كان للتركيز تأثير قوي. فوفقاً لوييز كانت نتائج الفترة التالية مباشرة للحرب الثـانية أكثـر التباسـاً، ولكنه يـرجع تلك الإضطرابات الناتجة إلى التضخم السعري في تلك الفترة.

لقـد تطورت الـدراسات الحـديثـة في الـولايـات المتحـدة في عـدة اتجاهات، لكننا سنقصر نقاشنا على اثنين من هذه التطورات:[6].

أولاً ـ لقد تمت بعض الدراسـات عن الربحيـة والتركيـز باستخـدام بيانات أكثر تفصيلاً جمعت تحت ما يسمى ببرنامج استراتيجية السوق وتأثيرها على الربح (PIMS) الخاصة «بمعهد التخطيط الاستراتيجي». فهذه البيانات تتصل مباشرة بأسواق المنتج منفـردة، عما هـو الحال في بيـانات المسـح

الإحصائي وبالتالي تتيح إمكانية قياس أكثر دقة للعلاقة بين الهيكل والأداء[7] وقد استخدمت خاصة في دراسة لكل من جال وبرانش Gale and Branch (1982) عن الأعمال بالولايات المتحدة في أواخر السبعينيات. وعلى الرغم من بعض نقاط الضعف الإحصائية لهذه الدراسة، فقد وجد الباحثان أن الربحية في العينة المدروسة، تكون مرتبطة أساساً بالنصيب السوقي وبدرجة أضعف بتركيز السوق. خاصة عند استخدام الانحدار المتعدد، باعتبار النصيب السوقي كمتغير آخر، كان للتركيز تأثير سالب (لكنه غير معنوي) على الأربحية. وقد أخذها كل من جال وبرانش كدليل على ضآلة القوة السوقية المرتبطة بالتركيز، وقد تحدت هذه النتائج العديد من نتائج الدراسات السابقة بالولايات المتحدة. ففي رأي جال وبرانش أن المنشآت القائدة تتمتع بتكاليف أقل أو جودة أعلى لمنتجاتها أو كليهما، مما يولد العلاقة الموجبة للنصيب السوقي والأرباح. وهذه النتائج متسقة ووجهة النظر التي تربط بين الكفاءة والأربحية، وتناقش المزيد من الأدلة المؤيدة لوجهة النظر هذه في القسم (5-3-3).

ثانياً ـ حاولت بعض الدراسات استخدام أساليب المعادلات الآنية الأكثر تطوراً لتقدير العلاقة بين الأربحية وهيكل السوق. فقد قام كل من ستريكلاند وويز Strickland and Weiss (1976)، بتقدير نموذج إحصائي من ثلاث معادلات أخذت فيها كل من الهامش وكثافة الإعلان والتركيز كمتغيرات داخلية. فقدر النموذج باستخدام طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS) وكذلك المربعات الصغرى ذات المرحلتين (2 SLS) وذلك لعينة من (408) صناعة من مجموعة أربعة الأرقام بالولايات المتحدة في عام (1963)[8]. وعلى الرغم من أن النتائج وبصفة عامة جاءت مطابقة في حالة استخدام كل من الأسلوبين، فإن هناك اختلافاً هاماً في حالة المعادلة الخاصة بالهامش. وعلى وجه التحديد، بينما كثافة الإعلان (كعائق للدخول نتيجة لتمييز المنتج) والتركيز لهما تأثير موجب ومعنوي على الهامش باستخدام طريقة المربعات الصغرى الاعتيادية (OLS)، فإن المتغيرين ليس لهما تأثير معنوي في حالة استخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين والتي تسمح للتأثير

الداخلي للمتغيرين. أحد التفاسير لهذه النتائج هو أنه بمجرد السماح بالتأثير المشترك للمتغيرين، يصبح كلاً من تمييز المنتج والتركيز محددات غير هامة للهامش. ويجادل ستريكلاند وويز بأنه في حالة التركيز، فإن الإرتباط الخطي مع باقي المتغيرات المستقلة (اقتصاديات الحجم كعائق للدخول) يمكن أن تفسر التأثير غير المعنوي للتركيز على الهوامش[9].

وقد انتقد مارتن (1979) martin كل من ستريكلاند وويز على أساس فني، وقد اقترح نموذجاً أكثر تقدماً، له بعض الخصائص المرغوبة من وجهة نظر التقدير. واستخدام نموذجه عى عينة من (209) من صناعات الولايات المتحدة في (1967) مستخدماً طريقة المربعات الصغرى ذات ثلاث المراحل (3 SLS) مع تقسيم العينة إلى صناعات سلع المستهلك وصناعات سلع المنتج. ومرة ثانية، وجد أن للتركيز (مقيساً بنسبة التركيز لأربع منشآت) تأثيراً موجباً لكنه غير معنوي على الهوامش للصناعة. وقد قام كل من باجولاتوس وسورينسون (Pagoulatos and Sorenson 1980) كذلك باستخدام طريقة المربعات الصغرى ذات ثلاث المراحل (3 SLS) وعينة من 47 من صناعات الغذاء بالولايات المتحدة في (1967)، فتبين أن للتركيز تأثيراً موجباً ومعنوياً على الهوامش (عند مستوى معنوية 10%). كما تبين أيضاً أن لمرونة الطلب السعرية تأثيراً سالباً ومعنوياً على الهوامش (عند مستوى معنوية 5%)[10]

وعلى العكس من العلاقة الموجبة بين الهامش أو معدل الربح والتركيز المجمع عليها في الولايات المتحدة، فإن النتائج في بريطانيا أكثر اختلاطاً. فعلى الرغم من أن أغلب الدراسات قد وجدت أن للتركيز تأثيراً موجباً (كما هو مبين بالجدول 2-5)، كان هذا التأثير عادة غير معنوي إحصائي أو مستقر أمام التغيرات في النماذج. كما أن معظم الدراسات التي تمت في السبعينيات تدل على أن هناك علاقة سالبة بين التركيز والأربحية خلال تلك السنوات. فالأدلة المتوفرة لا تعكس بوضوح طبيعة العلاقة بين التركيز والأربحية، وبالتالي لا تعطي تأييداً عاماً لمذهب تركيز السوق. ونتناول فيما بعد بعض الملاحظات عن هذه الخلاصة. ومن المفيد أولاً، أن

جدول رقم (2-5): ملخص دراسات الهيكل - والأداء في بريطانيا[a]

الدراسة	مقياس		الفترة	تأثير[c]	متغيرات أخرى معنوية	
فرد (1972)	Π-R	CR	1963-1958	(+)	نمو السوق، حجم السوق.	0.114 *
فيليبس (1972)	Π/R	CR	1951	+	كثافة الإعلان، حجم المصنع (إشارة معاكسة).	0.260
هولترمان (1973)	Π/R	CR	1963	(-)	كثافة رأس المال، كثافة الإعلان، النمو والإنفاق الرأسمالي.	0.45
خليل زاده شيرازي (1974)	Π/R	CR	1963	(+)	كثافة رأس المال، حجم المصنع، الإعلان والصادرات.	0.544
كلاوينج ووترسون (1976)		Δ (H)	1968-1963	+	لا شيء	
هارت ومورجان (1977)	Π/VA	CR	1968	(+)	نسبة رأس المال إلى العمل، كثافة اعلان	0.432*
هيتيريس (1978)	Π/R	CR	1968, 1963	+	الحماية الفعالة، كثافة رأس المال، النمو.	0.300
نيكل ومتكاف (1978)	OB/PB	CR	1976, 1974	+	كثافة الإعلان، الحد الأدنى للحجم الكفء متغير للإنتاج غير الغذائي.	0.564
ليونز (1981)	Π/R	H		+	كثافة الإعلان، كثافة التصدير، الإنتاج المحلي ومقاييس التجارة داخل الصناعة.	0.312
جيروسكي (1981)		CR	1968	غير خطي	كثافة الإعلان، الصادرات، الواردات، النمو.	0.394
كلارك (1984)		CR	1976-1970	(-)	كثافة الإعلان، كثافة رأس المال، النمو المتغيرات الصورية للقطاع	0.655

ملاحظات على الجدول السابقة:

(a) نشير هنا إلى النتائج المختارة فقط. يجب الرجوع للكتاب والأبحاث الأصلية لمزيد من التفاصيل.
(b) المقاييس هي: (∏/R) وتمثل نسبة الربح إلى الإيراد (∏/AV) نسبة الربح إلى القيمة المضافة.
(OB/PB) نسبة سعر الماركة إلى سعر الامتلاك، (CR) نسبة التركيز، (H) مؤشر هيرشمان ـ هيرفندال، (Δ) ترمز للتغير.
(c) المدون هنا إشارة تأثير التركيز، () تعني أن التأثير غير معنوي عند مستوى 5% اختبار جانب واحد.
(d) الأرقام المدونة لـ (R^{2}) تتعلق بمعادلة واحدة فقط ولذا فهي فقط كمثال، (*) ترمز لـ (R^2).

(5-3-2) دراسات المملكة المتحدة: Uk Studies:

تناقش دراسة أوب دراستين من تلك الواردة بالجدول (5-2) حتى يمكننا إيضاح الاختلاف في النتائج المتحصل عليها[11]. بعض النتائج القوية للعلاقة الموجبة بين التركيز والأربحية تحصل عليها هيتيريس Hitiris (1978) عن السنوات (1963 and 1968). في هذه الدراسة قام هيتيريس بتناول محددات هوامش «السعر ـ التكاليف» لصناعات من مجموعة الرقمين ونصف (two - and - a - half - digit) آخذاً في الاعتبار درجة الحماية الفعلية من الواردات الأجنبية المتوفرة لهذه الصناعات. فوجد أن الهامش كانت له علاقة موجبة بكل من التركيز والحماية الفعلية بالعينة، وأن لكل من نمو السوق وكثافة رأس المال أيضاً تأثيراً موجباً على الهوامش. ولكن انتقد منهج هيتيريس بواسطة كل من ليونز وكيتشن (Lyons, Kitchen and Hiritis, 1979)، وقد أشاروا إلى أنه قد استخدم قياساً مضللاً للتركيز في دراسته الأصلية. وفي تقديراته المعدلة استمر التركيز في لعب الدور الهام في تحديد الهوامش في (1963) دون (1968). وقد علل هيتيريس هذه النتائج الأخيرة بالتأثير التمزيقي للإندماج الذي بلغ ذروته في الستينيات ويجادل ليونزوكيتش أن السبب يرجع إلى

الزيادة في المنافسة من الواردات.

وقد سجلت العديد من الدراسات نتائج مختلطة. فقد وجد هولترمان وخليل زاده شيرازي (Holterman and Khalilzadeh-Shiraz, 1974)، على سبيل المثال، تأثيراً سالباً غير معنوي وتأثير موجب وأيضاً غير معنوي في (1963) باستخدام بيانات من صناعة الثلاثة أرقام. وقد وجد كولينج وواترسون (1976) تأثيراً موجباً للتركيز (مقيساً بمؤشر H) على الهوامش وذلك عند فحصهم للتغيرات في هذه الهوامش خلال الفترة (1968 - 1963) وتعد هذه النتائج مهمة فباستخدام التغير في المتغيرات، أمكن لكلوينج وواترسون تبرير حذف بعض المتغيرات من النموذج بحجة ثباتها النسبي خلال الزمن. ولكن ولسوء الحظ فلم يتمكن كلاً من هارت ومورجان Hart and Morgan من مطابقة هذه النتائج، فلم يجدا للتركيز تأثيراً موجباً ومعنوياً على الأربحية في عينة مقارنة خلال الفترة - 1963 1968). وحديثاً تمكن ليونز من الحصول على تأثير موجب للتركيز على الهامش على مستوى صناعة الثلاثة أرقام في (1968) (مقارنة بنتائج هيتيريس) ومن السمات البارزة لدراسة ليونز اهتمامه بمتغيرات التجارة الخارجية. فقد وجد أن لتسلل الواردات أثراً متضائلاً على الهوامش في (1968)، كما كانت التجارة داخل الصناعة أيضاً هامة. كذلك كانت هناك علاقة موجبة بين الهوامش وكثافة التصدير، مما يوحي بأن الأرباح المرتفعة تتحقق من التصدير مقارناً بالمبيعات المحلية. وقد فحص جيروسكي Geroski (1981) أيضاً محددات الهامش في (1968). ويؤكد نتائجه وجود علاقة غير خطية قوية بين التركيز والهوامش في عينته. وقد وجد باستخدام أساليب أكثر تقدماً أن أفضل توفيق لبياناته يمكن الحصول عليه من نموذج يكون للتركيز فيه تأثير موجب وسالب على الهوامش وذلك لمستويات مختلفة للتركيز. هذه النتائج تعني أنه لا توجد علاقة متزايده بين التركيز والأربحية وبالتالي فليس هناك من قاعدة بسيطة للوقوف على تأثير القوة السوقية. بل، وتشكل القوة السوقية علاقة غاية في التعقيد مع التركيز. وفي دراستي الخاصة للفترة (1976 - 1970) (كلارك 1984) لم أجد هناك علاقة بسيطة موجبة

بين الأربحية والتركيز. وباستخدام بيانات عن هامش الربح على القيمة المضافة، وجدت أن الأربحية كانت عالية على وجه الخصوص في كل من قطاع الغذاء والكيماويات وإن رجع ذلك جزئياً للكثافة العالية لرأس المال أو الإعلان أو كليهما في هذه القطاعات. أما فيما يختص بمستويات هوامش الربح فكان للتركيز تأثير سالب وقوي على الهوامش لكنه غير معنوي إحصائياً. وبالنسبة للإتجاهات الزمنية للهوامش، كان للتركيز إشارة موجبة لكنه غير معنوي إحصائياً. وللدهشة كان أكبر تأثير للتركيز على التغير في هوامش الربح، فكانت التركيزات المرتفعة مرتبطة إيجابياً بالتباين في الهوامش للفترة (1976 - 1970). وتتسق هذه النتائج ووجود التنافس أكثر (ليس أقل) في الصناعات المركزة في هذه الفترة، وإن احتاج الأمر لمزيد من العمل قبل الخروج بمثل هذه الخلاصة. فهذه الدراسة وكذلك الدراسات الأخرى بالجدول (2-5) لا تقدم دعماً للعلاقة الموجبة بين التركيز والأربحية. ويعني ذلك أن هذه العلاقة إما إنها موجودة ولم يتم الكشف عنها أو إنها غير موجودة أصلاً.

وهناك عدة حجج للإمكانيات السابقة.

أولاً ـ تعد نوعية البيانات المتوفرة للباحثين بانجلترا رديئة (حتى بالمقارنة بالبيانات بالولايات المتحدة)، وقد يكون لذلك بعض التأثير على النتائج وخاصة البيانات المتوفرة عن كثافة رأس المال والإعلان تعتبر فقيرة، وترجع أهمية ذلك إلى الدور الهام الذي تلعبه هذه المتغيرات وأيضاً كما لاحظنا بالفصل الثاني، فإن تعريف الإحصاء للصناعة يعد ناقصاً، كما أن بيانات الإحصاء تتجاهل الواردات ولا تعالج الصادرات بصورة منفصلة. وقد تؤدي كل من هذه العوامل إلى طمس العلاقة بين التركيز والأربحية.

ثانياً ـ فإن النماذج التي تم اختبارها قد تفشل في أن تعكس بدقة العلاقة المتلازمة للهيكل والأداء وبالتالي تعطي نتائج مضللة.

ثالثاً ـ قد تكون الفترة الزمنية محل البحث هي مصدر المشكلة،

فخلال العشرين سنة الماضية، تعرضت الصناعات في المملكة المتحدة في سلسلة من الهزات التي كان لها أبلغ الأثر على عوائد الصناعات. فقد كانت الصناعة تحت ضغوط شديدة من المنافسة الأجنبية، كما كانت عرضة لهبوط متزايد وحاد في دورة الأعمال. وقد تعرض الاقتصاد خلال نفس الفترة إلى عدد من الصدمات (تدهور الإسترليني في 1967، والدخول في السوق الأوروبية وخفض الجمارك التزاماً باتفاقية (GATT) في السبعينيات، وزيادة أسعار البترول في (74 - 1973). فقد كان لهذه العوامل تأثير ممزق على الصناعة ولذا فقد أخلت بالعلاقات المستقرة على مدى الزمن للهيكل - والسلوك الإداري - والأداء.

ومن الواضح أن كلًا من هذه الحجج قد يكون مهماً. كذلك فقد لا تكون هناك علاقة عامة بين الأربحية والتركيز. والقوة السوقية لها أهميتها الواضحة في بعض الصناعات المركزة، ولكن العلاقة بين الأربحية والتركيز قد تكون معقدة للغاية بحيث يصعب إيجاد علاقة بسيطة وعامة بينها. ولا يمكن بالتأكيد مناقضة هذه الخلاصة بناء على الأدلة المتوفرة. وللوقوف على صحة هذه الآراء لا بد أن ننتظر المزيد من الدراسات التجريبية.

كفاءة أم تواطؤ؟

كما لوحظ في المبحث (5-1) فقد حاجج ديمستر وآخرون بأن الارتباط الموجب بين التركيز والأربحية قد يعكس ميزات الكفاءة التي تحققها المنشآت كبيرة الحجم وليس الاتحاد بينها. فإن صح هذا، فقد لا تكون هناك حاجة للسياسات العامة التقليدية الخاصة بالتركيز لأن الأرباح في هذه الحالة ستعكس كفاءة في الأداء بدلاً عن قوة احتكارية.

لقد حاول ديمسيتز في دراسته (1973 b) أن يختبر فرضية منافسة، وذلك بأن تناول العلاقات داخل الصناعة بين الأربحية وحجم المنشآة. وفقاً لفرضية الاتحاد، زيادة التركيز تؤدي إلى الاتحاد، وعليه تستفيد كل من المنشآت الصغيرة والكبيرة في الصناعات عالية التركيز من التركيز المرتفع.

أما فرضية الكفاءة، فإن تمتع المنشآت الكبيرة بميزة الكفاءة العالية يؤدي إلى زيادة التركيز وزيادة الأرباح وبذا تستفيد المنشآت الكبيرة أكثر من الصغيرة في الصناعات ذات التركيز المرتفع. وعليه يجادل ديمستيز بأن على أساس الفرضية الأولى، فإن أربحية المنشأة الصغيرة في الصناعة ذات التركيز الأعلى تكون أعلى، وعلى أساس الفرضية الثانية، تكون الفروق في الأربحية بين المنشآت الكبيرة والصغيرة أكبر كلما زاد التركيز. وقد وجد ديمسيتز باستخدام عينة من (95) صناعة من مجموعة الثلاثة أرقام بالولايات المتحدة في عام (1963) تساوي معدلات العائد بين المنشآت الصغيرة (بأصول تقل عن نصف مليون) لكل مستويات التركيز، بل وتفاوت في معدلات العائد بين المنشآت الصغيرة والكبيرة كلما زاد التركيز. وقد أمكن إيضاح هذه النتيجة بأن قدرت معادلة الانحدار للفرق بين معدل العائد بين المنشآت الكبيرة والصغيرة $(R_4 - R_1)$ (حيث أن المنشآت الكبيرة تمتلك أصولاً قيمتها تزيد عن 50 مليون)، على التركيز (C_{63}) فكانت المعادلة المقدرة هي:

$$R_4 - R_1 = -1,4 + \underset{(3.00)}{0.21}\, C_{63} \qquad r^2 = 0.09 \qquad (5\text{-}8)$$

ويتضح من المعادلة (8-5) أن هناك ارتباطاً موجباً ومعنوياً بين $(R_4 - R_1)$ و (C_{63}) وهذه النتيجة متسقة تماماً مع فرضية الكفاءة. لاحظ هنا أن ديمسيتز قد اضطر بسبب البيانات المتوفرة إلى استخدام الأحجام المطلقة للمنشآت بدلاً عن الأحجام النسبية وهي الأكثر ملاءمة وقد يكون لذلك بعض الأثر على نتائجه. وقد دفع ديمسيتز بالعديد من الباحثين من بعده لمحاولة اختبار فرضية الكفاءة عملياً[12]. أحد هذه الدراسات قام بها كارتر Carter (1978)، الذي أخذ بيانات عن أكبر أربع منشآت في مجموعة الأربعة أرقام بالولايات المتحدة مقارنة بالأربعة التي تليها قام كارتر بتوفيق المعادلة التقليدية لهامش «السعر ـ التكاليف» للبيانات للسنوات (1972 - 1967 - 1963) مستخدماً الهامش لأكبر أربع منشآت أو الأربع التي تليها بالتتابع كمتغير

تابع. ووفقاً لفرضية الاتحاد، التركيز العالي من شأنه أن يرفع الهوامش بنفس الدرجة لكلتا المجموعتين من المنشآت ويجادل كارتر بأن المنشآت الصغيرة وعلى أساس فرضية الكفاءة لن تتعرض للتأثير الحدي للتركيز على الهوامش، بينما تتعرض المنشآت الكبيرة لذلك تبعاً لدرجة ميزاتها التكاليفية. وقد تأكدت هذه الفرضيات الأخيرة في عينته. فمثلاً لسنة (1963) وجد حيث أن المعادلة (5-9 a) لأكبر المنشآت و (5-9-b) بالمنشآت التي تليها، والأرقام بين الأقواس هي نسب (t). وتدل هذه النتائج على أن المنشآت الكبيرة هي التي تستفيد من زيادة التركيز، ويتفق ذلك مع حقيقة أن تلك المنشآت الكبيرة لها ميزات خاصة بالكفاءة والتي تؤدي لزيادة التركيز وزيادة هوامشها. ولكن لاحظ أن المعادلة (5-9) لا تعطي اختباراً مباشراً لهذه الفرضية والتي تتطلب أن تتحدد كل من (PCM) و (CR) بواسطة التفوق في الكفاءة.

وفي المملكة المتحدة قام كل من كلارك، وديفز وواترسون (1984) باختبار فرضية ديمسيتز. فطوروا إطاراً نظرياً قادر على احتواء تأثير كل من الكفاءة والقوة السوقية، ثم حاولوا تقويم أهمية كلا العاملين في زيادة الهوامش.

$$\underset{}{PCM} = 16.61 + \underset{(9.44)}{2.03AS} + \underset{(5.17)}{0.11KS} + \underset{(3.28)}{0.07CR} \quad \text{(5-9-a)}$$

$$PCM = 18.22 + \underset{(8 48)}{1.183AS} + \underset{(4.61)}{0.09KS} + \underset{(0.45)}{0.01CR} \quad \text{(5-9-b)}$$

ودون دهشة، وبسبب الضعف العام للعلاقة بين التركيز والأربحية في بريطانيا (كما نوقش في القسم 2-3-5) فلم يجدوا أدلة عامة على تأثير الكفاءة في الصناعة البريطانية في (1971) و (1977)، بل لوحظ أن المنشآت الكبيرة (أكبر خمس) كان لها في المتوسط هوامش أقل عن هوامش المنشآت الصغيرة (الباقية). لكنهم قد تحصلوا على دلائل على وجود علاقة خطية

موجبة بين الهوامش والأنصبة السوقية في قلة من 29 صناعة[13]. فلهذه الصناعات إذاً تتفق الأدلة والعلاقة بين الكفاءة والنصيب السوقي. وفي تعميم لنتائج لديمسيتز، تجادل هذه المجموعة أيضاً بأن التغيرات في هذه العلاقة ستعني وجود تأثيرات القوة السوقية. وخاصة في الصناعات التي يكون للقوة السوقية فيها أهمية، ومن المتوقع ألا تلاحظ علاقة أقل وضوحاً بين الهوامش والأنصبة السوقية، مع ثبات باقي العوامل (عاكسة الأهمية الكبرى لعامل «السعر» في قياس هوامش السعر ـ التكاليف). وقد تم تأكيد هذه الفرضية في جزء من العينة، وفيها ترتبط مثل هذه العلاقات وتركيز السوق. فهذا الدليل إذاً يتفق وفرضية تأثيرات القوة السوقية وتعمل كذلك في الصناعات المركزة.

وبالرغم من أن هذه النتائج تعتبر مثيرة فلم يتم التوصل إلى خلاصة قاطعة فيما يختص بالحوار حول الكفاءة والاتحاد. وقد أبرز كل من كلارك، وديفز وواترسون التعقيدات التي تواجه تحليل تأثيرات الكفاءة في الحالات التي يكون تمييز المنتج أو اقتصاديات الحجم فيها مهماً. ففي حالة تمييز المنتج خاصة، اتضح أنه ليس من الضروري أن تكون هناك علاقة بين الأنصبة السوقية والهوامش وإن أمكن وجودها تحت ظروف طلب معينة. كذلك يبقى رأي ديمسيتز الأول بأن لميزات الطلب وميزات التكاليف نفس التأثير على الأنصبة السوقية والهوامش دون تأكيد حتى هذه المرحلة. فمن الواضح أن الأمر يحتاج إلى مزيد من البحث النظري والعملي. إلا أن القضايا التي آثارها ديمسيتز كانت هامة وقد أدت (ومن المحتمل أن تؤدي في المستقبل) إلى تعديلات هامة في آرائنا حول الأربحية وهيكل السوق.

(5-4) ملخص واستنتاجات: Summary and Conclusions:

لقد تناول هذا الفصل الأدلة الاقتصادية القياسية المتوفرة في الوقت الحاضر عن محددات الأربحية في صناعات كل من الولايات المتحدة وبريطانيا، وخاصة فيما يتعلق بتأثير تركيز السوق. وضع المبحثان (5-1) و (5-2) إطار التحليل وذلك بعرض مختصر للمشكلات النظرية والعملية.

وقد أوضحت هذه المباحث أن هناك قضايا هامة تتصل بقياس وترجمة الأدلة الموجودة والتي تستوجب أخذ النتائج بشيء من العناية. إلا أن قدراً عظيماً من الدلائل أمكن جمعه وقد فحصت هذه الأدلة لكل من بريطانيا والولايات المتحدة في مبحث (3-5) وقد اتضح من هذا التحليل، وبصفة عامة، أن نتائج الولايات المتحدة تميل إلى تأييد وجود علاقة موجبة (وإن كانت معتدلة) بين الأربحية والتركيز عبر الصناعات المختلفة، وكانت نتائج بريطانيا أكثر تضارباً. ثم جاءت البحوث الحديثة لتفحص ترجمة أي علاقات موجبة قد تكون موجودة. واختبرت على وجه الخصوص إمكانية أن تكون مثل هذه العلاقات انعكاساً لاختلاف المنشآت في مستوى الكفاءة فضلاً عن كونها انعكاساً لتأثير قوة سوقية. وقد سيقت بعض الدلائل التي تدعم هذا الرأي، إلا أن تقديم اعتبارات الاختلافات في الكفاءة قد دفع بأبحاث هائلة في مجال إعادة تقويم علاقات الأربحية وهيكل السوق، وما زال البحث في هذه المسائل الهامة مستمراً[14].

ملاحظات:

(1) اطلع على ديمسيتز (1973 a)، مرجع مفيد للمادة بهذا المبحث وبصفة عامة هو ديمسيتز (1974) اطلع أيضاً على وييز (1974).

(2) التحليل في هذه الفترة مأخوذ من كلارك وديفز (1982). انظر أيضاً في ملحق (2-3). القارىء الأقل ميولاً للنواحي الفنية يمكنه تخطي هذه الفقرة.

(3) في دراسة حديثة، يجادل سوير Sawyer (1982) بأن عوائق الدخول أو الاتحاد سوف تأثر في الأربحية وليس كلاهما معاً. والمنطق وراء هذا الرأي هو المعالجة الفردية لكل من الدخول والإتحاد في النظريات المتوفرة عن تسعير احتكار القلة (انظر فصل 3 و 4 السابقين). ولا يبدو

من سبب مسبق يمنع تكامل هذه النظريات وبذلك تبدو حجة سوير غير مؤسسة. لمتابعة هذا النقاش وأمور أخرى أثارها سوير اطلع على كلارك (1983)، سوير (1963) ومارتن (1984).

(4) اطلع على هارت ومورجان (1977) وكلارك (1984).

(5) يعد ويز (1974) مسحاً مفيداً عن الدلائل المتوفرة. اطلع أيضاً على ويز (1971) والأكثر حداثة وويز (1979).

(6) اطلع على بولتر Baulter (1983) من أجل مسح حديث ومفيد.

(7) جمعت هذه البيانات مباشرة من المنشآت المشتركة عند مستوى تجميع خط الأعمال (Line of Business) ـ ولذلك ومن حيث المبدأ ترتبط مباشرة بأسواق اقتصادية معروفة. ويبدو أن للمنشآت المشاركة بعض الحرية في تحديد كيفية تقديم البيانات، وقد يكون لذلك أثر على جودة البيانات. لمزيد من التفاصيل اطلع على جال وبرانسن (1982) والمراجع الواردة هناك.

(8) يمتاز استخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين (2 SLS) لتقدير المعادلات الآنية بإعطاء تقديرات متسقة لمعالم النموذج. اطلع مثلاً على مدالاه Maddala (1977)، ص 233. لمزيد من النقاش حول المعادلات الآنية لتقدير نماذج الهيكل والأداء اطلع على جروسكي، Geroski (1982).

(9) عندما تكون المتغيرات المستقلة مرتبطة خطياً، يصبح تقدير تأثير كل منها منفرداً غير دقيق، اطلع على وناكوت ووناكوت Wonncutt and Wonncutt (1972) ولا يعني هذا أنه ليس هناك من تأثير يعمل.

(10) دراسة حديثة في كندا (Canes et al., 1980) أيضاً تستخدم منهج المعادلات الآنية. وقد وجدت تأثيرات موجبة ومعنوية للتركيز على الأربحية وذلك من تقديرات كل من (OLS) و (2 SLS) وخاصة عندما

تعدل بيانات التركيز لتعكس أثر الواردات. وتنطبق هذه النتائج على مقياس من ثلاث مقاييس للأربحية ولكن ليس للهامش (حيث لوحظ تأثير سالب وغير معنوي) في هذه الحالة الأخيرة، كان للمتغير الذي يقيس تأثير التركيز في وجود عوائق الدخول تأثير موجب ومعنوي.

(11) لمزيد من التمحيص في الدراسات السابقة الواردة في الجدول (5-2-) اطلع على هارت ومورجان (1977) وكلارك (1984).

(12) اطلع مثلاً على بوند وجرينبرج Bond and Greenberg، ويلتزمان (Peltz-man (1977) ولاستجارتين (Lustgarten (1970)، سكرر (1979 a) ويلتزمان (1979) وأيضاً بوتلر (1987).

(13) وجدت أيضاً أدلة عن علاقة تتبع معادلات الدرجة الثانية ويمكن أن تكون أيضاً متسقة والإطار النظري. اطلع على كلارك وديفز ووترسون (1984) من أجل مزيد من التفاصيل.

(14) لمزيد من التفاصيل حول التعديلات الحديثة في هذه الأفكار اطلع على بولتز (1983).

الفصل السادس

الاعــلان

ADVERTISING

حتى الآن، انحصر النقاش في هـذا الكتـاب أسـاسـاً في التسعيـر والأربحية في الأسواق الصناعية، مع عناية محدودة بالأبعاد الأخرى للمنافسة السوقية. وسنعالج هذا النقص وإلى حد ما في هذا الفصـل والفصل الذي يليه بأن ندرس الإعلان والبحث والتطوير كسمات بديلة لعملية المنافسـة. حيث ينظر الفصل السابع في المراحل المختلفة للتقدم التقني (الاختراع، والتجديد، والإنتشار) ويبحث، بصفة خاصة، في الاعتماد المتبادل بين التغير التقني وهيكل السوق. أما في هذا الفصل فنركز اهتمامنا على الإعلان وخاصة في أسواق المنتج المتميز، وندرس تـأثيرات الإعـلان المدعمـة والمقوضـة لـلمنـــافـســة. ينـقسـم الفـصـــل إلى مـبـحـثـيـن رئيـسيـين. مـبـحـث (6.1) محددات كثافة الإعلان مركزاً على التحديد العام لسمات المشكلة فيما يتصل بـالمـرونـات ثم يتنـاول بـطريقـة أكثـر تحـديـداً الفـرضيــات المقتـرحــة. ويتنــاول مبحـث (6.2)، بعــد ذلــك الــروابط الـمــوجــودة بيـن الإعــلان والمنافسة السوقية، بتركيز خاص على تأثيـر الإعلان المنـاهض للمنافسـة. فيناقش الفكر المعـاصر حـول هذه القضـايا، ويتبـع ذلك دراسـة الدلائـل التجريبية.

(6-1) نظريات الإعلان: Theories of ADvertising:

يمكن أن نبدأ نقاشنا عن الإعلان بأن نستعرض باختصار بعض التفاصيل عن الإنفاق على الإعلان في عام (1981). فقد كان الإنفاق الكلي على الإعلان بالمملكة المتحدة (8-2) بليون أو ما يعادل (1.3%) من GDP بواسطة المنشآت الخاصة[1]. قامت بالجزء الأكبر منها (55%) المصانع وقد وجهت إلى المستهلكين (إعلانات المصانع للمستهلكين)، والجزء الباقي بواسطة تجار التجزئة (23%)، ثم المؤسسات التمويلية (7%) وأيضاً من الصناعة لغرض التجارة (15%). وبالتركيز على إعلان المصانع للمستهلكين، نجد أن ما يزيد على نصف هذه الإعلانات في (1981) كان عن طريق التلفزيون (53%) بالإضافة إلى (36%) عن طريق المجلات والصحف. وكانت مجموعات الإنفاق الرئيسية في إعلان المصانع للمستهلكين هي السلع المنزلية والترفيهية (302 مليون)، الغذاء (256 مليون)، والمشروبات والدخان (204 مليون).

ومع ذلك، تفشل هذه الأرقام في التدليل على أي الصناعات التي تعلن أكثر نسبياً، بالإضافة إلى طبيعة الإلتواء العالي لتوزيع مصروفات الإعلان بالنسبة للصناعة، فالعديد من الصناعات تنفق القليل على الإعلان بالنسبة للإيراد الكلي لمبيعاتها. فمثلاً، في (77) صناعة (أو مجموعات الصناعة) تتوفر لها البيانات في (1968) كان الإنفاق على الإعلان في (48) حالة أقل من (1%) من مبيعاتها، وبين (1-2%) في (15%) حالة إضافية. ويرصد الجدول رقم (6-1) الـ (14) صناعة الباقية والتي تزيد فيها نسبة الإعلان إلى المبيعات عن (2%) في (1968). وكما يلاحظ، فإن هذه الصناعات أساساً تنحصر في الكيماويات، الغذاء والسلع المنزلية، وبالرغم من طبيعة التجميع لبعض الصناعات المعرفة بالجدول (التي قد تخفى بعض انفاق الإعلان المرتفع لبعض المنتجات المعرفة بشكل ضيق أو محدود)، فمن الواضح أن المنتجات الكيماوية خاصة كان لها إعلان مكثف. وعادة ما تحظى هذه السلع ومنتجات أخرى مضمنة بالجدول بالاهتمام الرئيسي للدولة بسبب،

الإفراط في الإعلان.

ويهمنا في هذا المبحث أن نسأل لماذا تعمد بعض الصناعات إلى الاعلان المكثف جداً وبطريقة أعم لماذا تختلف كثافة الإعلان بين المنشآت والصناعات المختلفة. ومن الواضح أن فاعلية الإعلان سوف تكون العامل الرئيسي المحدد لاستعماله، وهي في الواقع مضمون هام لما يسمى بمنهج المرونات للإعلان وهو محور اهتمامنا في القسم التالي. وينبني ذلك على اعتبارات أساسية تتصل بطبيعة المنتج والسوق، وهي من المسائل التي سنتناولها في الأقسام (2-1-6) ,(3-1-6).

(1-1-6) منهج المرونات للإعلان: The Elastisities Approach:

يرجع منهج المرونات للإعلان إلى دراسة كل من دورفمان وستينر Dorfman and Steiner (1954). وقد تناولت الدراسة حالة منشأة تسمى إلى اختيار المستوى الأمثل للإعلان بغية تعظيم الأرباح. وفي تعميم طفيف لتحليل دورفمان وستينر.

انظر شالينس، 1978، هاي وموريس 1979)، نفترض أن المنشأة تواجه دالة الطلب:

$$Q = Q\,(P, A) \qquad (6\text{-}1)$$

حيث أن (Q) تمثل الإنتاج، (P) هي السعر و (A) تمثل عدد رسائل الإعلان التي اشترتها المنشأة. وللتسهيل فقد تجاهلنا أن الإعلان يمكن أن يتم من خلال عدد من الوسائل، وأيضاً نفترض أن رسائل الإعلان تشتري بتكلفة ثابتة مقدارها (T) للوحدة. فالرسالة الإعلانية بالتلفزيون عبارة عن إعلان لمدة دقيقة واحدة يشاهده مشاهد واحد، وقد افترضنا أن تكلفة الرسالة الإضافة دائماً (T) للوحدة. (وقد تجاهلا دورفمان وستينر التمييز بين الرسائل الإعلانية وتكلفتها، فكانت (A) في (6-1) تمثل الإنفاق على اعلان). ونفترض هنا أن الإعلان يؤدي إلى زيادة في الطلب ($\partial Q/\partial A > O$) وأن

جدول رقم (6-1): الصناعات ذات النسب العالية
للإعلان إلى المبيعات في
بريطانيا 1968

الصناعة	الإعلان/المبيعات (٪)
مستحضرات للحمام	14.2
صابون ومنظفات	9.8
كيماويات دوائية	7.8
كاكاو، وشيكولاته وحلوى سكرية	4.9
مياه غازية، عصير عنب، عصير تفاح،عصير كريز	4.5
منتجات خضر وفواكه	3.8
أدوات كهربائية محلية	3.2
مواد تلميع، مواد لصق.... إلخ	3.1
طلاءات	3.0
الكحوليات المقطرة	2.7
منتجات ألبان، زبد صناعي، نشا وغيرها	2.6
لعب الأطفال، فرش، إمدادات وغيرها	2.3
ملابس المطر، قمصان، وغيرها	2.1
طحن الغلال، غذاءات الحيوانات والدواجن	2.1

المصدر: إحصاءات الإنتاج، جداول التلخيص 1968.

زيادة السعر تنقص الكمية المطلوبة $(\partial Q/\partial P < O)$ فمشكلة اختيار (P) و (A) التي تعظم الربح هي:

$$\pi = PQ(P, A) - C[Q(P, A)] - AT \qquad (6\text{-}2)$$

حيث أن (c) هي تكلفة الإنتاج، فالشرط الأول للتعظيم هو:

$$\frac{\partial \pi}{\partial P} = Q + PQ_P - C_Q Q_P = 0 \qquad (6\text{-}3)$$

(6-4)

$$\frac{\partial \pi}{\partial A} = PQ_A - C_Q Q_A - T = 0$$

. فالشرط الأول لتعظيم الربح (6.3) يعادل الشرط العادي، فلمستوى معين من (A) يجب على المنشأة أن تضع السعر ليساوي التكلفة الحدية والإيراد الحدي. وبإعادة ترتيب الرموز بالمعادلة (6-3) نحصل على الشرط المعهود:

$$\frac{P - C_Q}{P} = \frac{1}{\eta} \qquad (6\text{-}5)$$

حيث أن (η) مرونة الطلب السعرية (. .ـية كرقم موجب). أما الشرط (6-4) فيعطينا المستوى الأمثل للإعلان عند كل سعر. ويعني أن مستوى الإعلان الأمثل يكون عندما يتساوى الإيراد الحدي من الإعلان (PC∂Q/∂A) مع التكلفة الحدية للإعلان، مأخوذة كتكلفة الوحدة الإضافية من الإعلان (T) والتكلفة الإضافية للإنتاج المستخدم لزيادة الطلب الناتجة عن وحدة الإعلان. (عند ثبات السعر)، أي $(\frac{\partial Q}{\partial A})$ $(\frac{dc}{dQ})$
وبتعريف مرونة الطلب بالنسبة لرسائل الإعلان:

$$a = \frac{\partial Q}{\partial} \frac{A}{Q} \qquad (6\text{-}6)$$

وبضرب المعادلة (6-4) في A/PQ يعطينا:

$$\left(\frac{P - C_Q}{P}\right) Q_A \frac{A}{Q} = \frac{AT}{PQ}$$

وبمعلومية السعر الأمثل من (6-5). يمكننا كتابة:

$$\frac{AT}{PQ} = \frac{a}{\eta}.$$

وهذه هي نتيجة دراسة دورفمـان ـ ستينر، وهي أن تتسـاوى نسبة تكلفة الإعلان إلى الإيراد الكلي مع النسبة بين مرونة الإعلان ومرونة الطلب السعرية.

وهناك عدة نقاط يجب ملاحظتها عن هذه النتيجة:

أولاً ـ كما أكد سكمالينسي (1972)، فإن المعادلة (8-6) تقدم تفسيراً للمشاهدة العامة لممارسة المنشآت حيث ينفق على الإعلان بنسبة ثابتة من المبيعات. وتتسق مثل هذه السياسة وهدف تعظيم الربح طالما كانت النسبة بين مرونة الإعلان ومرونة الطلب السعرية ثابتة نسبياً عبر الزمن. وهذا بالذات ما يرجح أن يكون عليه الحال في المنتجات المستقرة الراسخة، لذا فمن المتوقع لمثل هذه المنتجات (على الأقل)، أن تمثل نفقات الإعـلان نسبة ثـابتةً من الإيـراد الحقيقي أو المتوقـع من المبيعـات. وهنـالـك عـدد من المسـوحات (التي استشهد بها سكاماليتسي) توضح بأن مثل هـذا القياس التقريبي يعد ممارسة معيارية في مجال الأعمال.

ثانياً ـ تشير المعادلة (8-6) إلى أن نسب الإنفاق الإعلاني إلى عائد المبيعات سوف تزيد كلما زاد التأثير التناسبي لرسائل الإعلان على الطلب بالنسبة لمرونة الطلب السعرية. فمثلاً، المنتجات التي تكون الشهرة بالنسبة لها عاملاً مهماً، كالعطور، وأدوات التجميل، حيث تكون استجابة الطلب للسعر قليلة جداً بالنسبة لاستجابته للإعلان،٠هذه السلع من المتوقع أن تتميز بارتفاع في الإنفاق على الإعلان بالنسبة لإيرادات المبيعات. وفي الواقع، من المحتمل أن تتأثر هذه المرونات بالعديد من الاعتبارات، وسوف تناقش بعضاً منها في المبحث التالي.

ومن الواضح أن النموذج بالطريقة التي عرض بها، يعد مبسطاً. إلا أننا وبالنسبة للغرض الحالي، سوف ندرس تعديلاً واحداً فقط له بعض الفائدة لنقـاشنا للقسم (3-1-6). هـذا التعديـل يتصل بتعميم النمـوذج حتى يسمح بالمنافسة بين عدة منشآت لاحتكار القلة[2].

ولنفكر في سوق به (n) منشأة تنافسية، تنتج سلعاً بقدر طفيف من التمييز. في هذه الحالة يجب أن نفترض، وبصفة عامة، أن الطلب على إنتاج كل منشأة منفردة يعتمد على سعر السلعة التي تنتجها سياستها الإعلامية بالإضافة لتلك التي تتبعها المنشآت الأخرى المنافسة. وللتبسيط نفترض أن جميع الأسعار ثابتة حتى نركز على أثر الإعلان. كذلك فإننا نفترض أن أثر الإعلان متماثل بين المنشآت، بحيث يمكن كتابة دالة طلب المنشأة كالآتي:

$$Q = Q(A, \bar{A}) \qquad (6.9)$$

حيث أن(A') هي مجموع رسائل الإعلان للمنشآت المنافسة. ونفترض أن زيادة الإعلان بواسطة المنافسين من شأنه أن ينقص الطلب على إنتاج المنشأة موضع الدراسة، أي أن ($dQ/dA' < O$). كذلك يمكن كتابة دالة الربح كالآتي:

$$\pi = PQ(A, \bar{A}) - C[Q(A, \bar{A})] - AT \qquad (6 - 10)$$

فالمنشأة تتخير قيمة (A) التي تعظم أرباحها. ويجب على المنشأة وفي أثناء ذلك أن تدرس الإستجابات المتوقعة من المنافسين للتغير في سياستها الإعلانية. والشرط الأول لتعظيم دالة الربح هو:

$$\frac{d\pi}{dA} = (P - C_Q)\left[\frac{\partial Q}{\partial A} + \left(\frac{\partial Q}{\partial \bar{A}}\frac{d\bar{A}}{dA}\right)\right] - T = 0 \qquad (6\text{-}11)$$

حيث أن $\partial A'/\partial A$ تمثل توقعات المنشأة لاستجابة منافسيها عندما تغير من سياستها الإعلانية (أي التغيرات الحدسية للإعلان). فإذا عرفنا المرونة المتقاطعة للإعلان بالنسبة لـ (A) كما يلي:

$$\bar{a} = \frac{\partial Q}{\partial \bar{A}}\frac{\bar{A}}{Q} \qquad (6\text{-}12\ a)$$

ومرونة التغيرات الحدسية بالنسبة للإعلان كما يلي:

$$\alpha = \frac{d\bar{A}}{dA}\frac{A}{\bar{A}} \qquad (6\text{-}12\ b)$$

إذا فمن الممكن كتابة (6-11) بعد ضربها في A/PQ كالآتي:

$$\frac{AT}{PQ} = \left(\frac{P-C_Q}{P}\right)\left[\left(\frac{\partial Q}{\partial A}\frac{A}{Q}\right) + \left(\frac{\partial Q}{\partial \bar{A}}\frac{\bar{A}}{Q}\right)\left(\frac{A}{\bar{A}}\frac{d\bar{A}}{dA}\right)\right]. \qquad (6\text{-}13)$$

وعليه تكون:

$$\frac{AT}{PQ} = \left(\frac{P-C_Q}{P}\right)(a + \alpha\bar{a}). \qquad (6\text{-}14)$$

وبمقارنة المعادلتين (6-8) و (6-14) يتضح لنا أن على المنشأة باحتكار القلة أن تدرس التأثير التناسبي للإعلان الثأري بواسطة الخصوم على طلبها (أي $\alpha\,\bar{a}$) وذلك عند اختبارها لنسبة الإعلان إلى المبيعات.

إلا أن المعادلة (6-14) لا تقدم الحل الكامل لمشكلة الإعلان لمنشآة احتكـار القلة حيث لا تحـدد كيفيـة تغيـر كـل مـن $(a' \alpha, (P-C_Q)/P)$ تبعاً لتغير عدد المنشآت المنافسة. لكن هناك عدة فرضيات من الواجب الوقوف عليها باختصار هنا:

أولاً: إذا كانت الزيادة في عدد المنافسين ستكون مرتبطة بزيادة المنافسة السعرية، فمن المتوقع أن تنقص قيمة $[P-C_Q)/P]$ كلما زاد عدد المنشآت. وعليه، فإن هذا التأثير يعني أن تزيد كثافة الإعلان كلما صغر عدد المنشآت (أو بصفة أعم كلما زاد تركيز السوق).

ثانياً ـ كلما نقص عدد المنشآت (زاد التركيز)، زاد الاعتماد المتبادل للمنشآت على بعضها البعض. وعليه فسوف تعتني المنشآت أكثر بالإستجابة

الممكنة للمنافسين عند قيامها بالإعلان (أي α أكبر) كلما زاد التركيز فإذا ما اقترن ذلك بالتأثير السالب لإعلان المنافسين على طلبها (أي القيمة السالبة لـ a') سوف تدفعهم إلى إنقاص الإعلان. وتقدم هاتين القوتين المتعادلتين الأساسي للعلاقة غير الخطية بين كثافة الإعلان وتركيز السوق، حيث تزيد كثافة الإعلان مع زيادة التركيز إلى مستوى معتدل أو مرتفع ثم تتناقص بعد ذلك. وبالطبع، فليس هناك من سبب لضرورة مشاهدة مثل هذه العلاقة. ومع ذلك فقد شكلت هذه الفرضية الأساس لبعض الدراسات التجريبية التي تم إعدادها، وسوف نتناول هذه الدراسات بالفحص في القسم التالي (6-1-3).

فوفقاً للتحليل أعلاه، نجد أن مقدار الإعلان في أي صناعة (مقيساً بنسبة الإعلان إلى المبيعات) سوف يتأثر باستجابة الطلب للتغيرات في السعر والإعلان وكذلك بمدى المنافسة بين المنشآت في الإعلان. وسوف تتأثر مرونات الطلب بعوامل الطلب والعرض، بينما تمثل المنافسة بين المنشآت تأثير العرض على كثافة الإعلان. ولا يحدد منهج المرونات ماهية هذه التأثيرات، لذا فسوف نتحول إلى فرضية أكثر تحديداً عن الطلب والعرض فيما يلي.

(6-1-2) طبيعة المنتج: Nature of the Product:

تقوم المنشآت بالإعلان بغرض زيادة مبيعاتها من السلع والخدمات. وسيعتمد أسلوب الإعلان ومداه على خصائص المنتج: أشياء مثل عدد ونوعية المشترين، تكرار الشراء، سعر الوحدة، نوعية وصفات المنتجات وما إلى ذلك. ومن المتوقع أن تؤثر كل من هذه العوامل على مرونات الطلب السعرية والإعلانية، وبالتالي على كثافة الإعلان في الصناعة. ولما كان كل منتج فريد من نوعه أساساً فبالإمكان تمييز عدد كبير من الخصائص التي تفسر كثافة الإعلان في أي صناعة. إلا أن من الأكثر إفادة أن يحدد عدداً محدوداً من الفرضيات الأكثر شمولاً حتى يأخذ في الحسبان الاختلافات في

كثافة الإعلان ونناقش بعضاً من هذه الفرضيات بإيجاز في هذا القسم.

الفرضية الأولى والرئيسية هي أن كثافة الإعلان سوف تختلف تبعاً لهوية المشتري فتميل للزيادة وخاصة في حالة صناعات سلع المستهلك عنها في حالة صناعات سلع المنتج. وهناك أدلة قوية مؤيدة لهذه الفرضية[3]، وقد قصرت العديد من الدراسات التجريبية انتباهها كلية على سلع المستهلك نسبة لأهميتها للإعلان. ويمكن إعطاء عدة أسباب لهذا التمييز.

أ ـ من المتوقع أن يكون المشترون لسلع المنتجين أكثر علماً نسبياً بالمنتجات المعروضة للبيع وبالتالي فهم يحتاجون إلى ترويج وتذكير أقل عن السلع الموجودة كما هو الحال بالنسبة للمستهلكين.

ب ـ قد يكون المشترون لسلع المنتج أقل استجابة للإعلان عن المستهلكين لأنهم يقضون وقتاً أطول ويبذلون جهداً أكبر في اتخاذ قرارات الشراء.

جـ ـ عادة ما يكون المشترون لسلع المنتج أكثر استعداداً لتعديل رأيهم استجابة للأساليب المباشرة للبيع (أي عن طريق ممثلي المبيعات) عنه بالنسبة للإعلان بصفة عامة، وبالتالي فمن المحتمل ألا تعكس بيانات الإعلان الجهود الترويجية في هذه الحالات. وتوحي كل من هذه العوامل بأن هناك تقسيماً مهماً بين سلع المنتج وسلع المستهلك ولذا فمن الواجب مراعاة هذا التمييز عند تحليل محددات الإعلان. فإذا حصرنا انتباهنا على صناعات سلع المستهلك للتبسيط، فهناك عدة فرضيات أخرى يجب الإلمام بها.

أولاً ـ فقد جادل نلسون Nelson (1944) بأن سلع المستهلك يمكن تقسيمها إلى سلع تعتمد على البحث وأخرى على التجربة. فالمجموعة الأولى يمكن تقويمها قبل شرائها (ملابس مثلاً)، والإعلان عنها يهدف أساساً إلى اعلام المستهلك بالنوعية المتوفرة. أما السلع التي تعتمد على التجربة، فلا بد من شرائها حتى يمكن تقويمها (الأغذية المعلبة) والإعلان في هذه الحالة يهدف إلى الإقناع بجودة المنتج. ففي الحالة الأولى يكون الإعلان

صادقاً وإعلامياً ويهدف في الحالة الثانية إلى التأثير على قرارات المستهلك. وقد دفع ذلك نلسون لأن يستنتج أن كثافة الإعلان ستكون أعلى للسلع التي تحتاج للتجربة عنه للسلع التي تعتمد على البحث وقد أكد هذه الفرضية في عينه من 40 سلعة في (1957)، ويمكن تقديم العديد من التفسيرات لهذه النتيجة. ويرى نلسون أنه طالما أن المستهلك سوف ينتهي إلى تجربة واختبار السلعة المعلن عنها وبالتالي فلا يمكن تضليله في الأجل الطويل، لذا تعد كمية الإعلان عن السلعة مؤشراً جيداً عن المنتج الأفضل المتاح. أي أن، السلع المفضلة يعلن عنها أكثر لأن حجم مبيعاتها في النهاية يبرر المستوى العالي للإعلان عنها. في هذه الحالة يعمل الإعلان كمؤشر موجب للمستهلكين ليجربوا السلع، وعلى هذا الأساس يعتبر وإلى حد ما مرغوباً اجتماعياً. ولكن وبالمقابل، إذا أدى الإعلان المكثف إلى إقناع المستهلكين بشراء المنتجات، وذلك عن طريق التأثير على انطباع المستهلك عن جودة المنتج، فقد لا يكون الإعلان مرغوباً فيه. وتعتبر قدرة المستهلك على تقويم نوعية السلعة بعد شرائها من الأهمية بمكان هنا، حيث يتسع المجال للإعلانات المقنعة كلما نقصت هذه المقدرة. ويجادل نلسون بأن المنتج الرديء لا يمكن بيعه بالإعتماد على الإعلان في المدى الطويل، غير أن هذه الحجة تفترض درجة عالية من التمييز من جانب المستهلك الأمر الذي قد لا يناسب جميع السلع.

ثانياً ـ فقد اقترح بورتر Porter (1974) أن يميز بين السلع سريعة التداول (Convenience goods) وسلع التسوق (Shopping goods) أو بطيئة التداول ويعتمد هذا التميز على تصنيف للسلع استخدم منذ زمن بعيد في حقل التسويق. وتتصف السلع السريعة التداول بانخفاض سعر الوحدة، وتكرار الشراء ووفرة محلات بيع التجزئة، مثل شرائح الذرة ومعجون الأسنان أو الجوارب. أما «سلع التسوق» فتتسم بارتفاع سعر الوحدة وتشتري مرات محدودة، وقد يتم شراؤها بعد بحث شامل للسوق، مثل الأثاثات والكاميرات والسيارات. والتميز التحليلي الأساسي بين هذه المجموعات من السلع هو

أن المستهلكين ينفقون وقتاً وجهداً أقل لشراء السلع السريعة التداول حيث يكونون بذلك أكثر حساسية لإعلانات المصانع عن هذه السلع. ومن جهة أخرى فقد يكون للإعلان تأثير أقل على قرار المستهلك عما هو الحال بالنسبة لمساعدات بائع التجزئة ومواصفات السلعة. وعلى ذلك فمن المتوقع أن تكون اعلانات المصانع أكثر بدرجة ملحوظة في حالة السلع الإستهلاكية، وقد أكد بورتر ذلك في عينة من 42 من صناعات سلع المستهلك. وقد أوضح بورتر كذلك أن نسبة الإعلان إلى المبيعات يعد محدداً هاماً جداً للأربحية في حالة صناعات السلع الإستهلاكية.

ويمكن اقتراح فرضيات أخرى مختلفة، فمثلاً فروع الإنتاج التي يكون فيها درجة كبيرة من التجديد قد تخضع لمستويات عالية من الإعلان كلما ظهرت الحاجة لإعلام المستهلكين بصفة دائمة بالسلع الجديدة المتوفرة. ففرع الإنتاج مثل أدوات الاستماع (hi-fi equipments) أو السيارات أو الحاسب الآلي الشخصي تعد من الفروع القريبة إلى الذهن التي تنطبق عليها هذه الفرضية.

كذلك فإن السلع ذات الدرجة الغالية من الإنطباعية أو الموضة قد يكون لها إعلان مكثف حيث يكون الانطباع الذي يخلفه الإعلان في مخيلة المشاهدين هو إحدى سمات المنتج ومن الأمثلة على ذلك العطور وأدوات الزينة أو مرة ثانية الأزياء الموافقة للذوق السائد (الموضة).

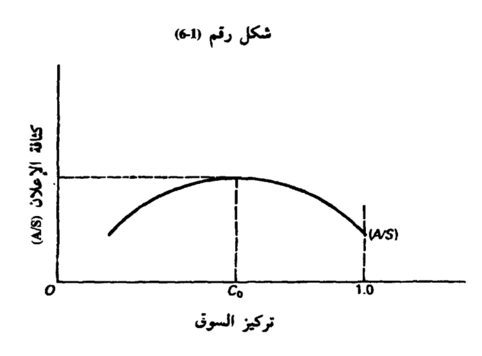
وقد يكون لسرعة تغير المستهلكين أهمية خاصة، فكلما زاد معدل التغير زاد الإعلان لإعلام المستهلكين الجدد (ستيجلر 1961). وفي هذه الحالة يؤدي التغير الكبير جداً إلى الحد من الحافز على الإعلان، حيث يكون هناك فقد في الإعلان الكثير لمستهلكين مغادرين السوق. ومن الواضح فبالإمكان رصد حشد من الفرضيات هنا، باعتبار أن كل منها يعمل من خلال المرونات التي نوقشت في القسم (1-1-6).

(6-1-3) الإعلان وتركيز السوق:

Advertising and Market Concentraation:

كما لوحظ في القسم (6-1-1)، فقد اتفق العديد من الكتاب حول وجود علاقة بين كثافة الإعلان ودرجة تركيز السوق. وكانت فرضية وجود علاقة من الدرجة الثانية (مقلوب شكل الحرف u) هي أكثر الفرضيات انتشاراً، فكما يتضح من الشكل (6-1) فإن الصناعات ذات التركيز المتوسط قد شهدت إعلاناً أكثر كثافة منه في حالة الصناعات ذات التركيز المنخفض أو المرتفع. وقد قدم في القسم (6-1-1) تفسيراً مبسطاً لهذه العلاقة، فالإعلان يزيد في البداية بسبب زيادة هامش السعر ـ التكاليف المترتبة على زيادة التركيز، لكنها تتناقص بعد ذلك، حيث يؤدي تزايد اكتشاف الاعتماد المتبادل بين المنشآت إلى الإقلال من الإعلان. ولا يعد هذا بمثابة التفسير الوحيد الممكن، وسنستعرض فيما يلي بعض الاقتراحات التي قدمت قبل أن نلتفت إلى الدلائل التجريبية.

شكل رقم (6-1)



إحدى هذه الحجج قدمها كابل Cable 1975، ويرى أن المنشآت باحتكار القلة (على العكس من المحتكر التام) لديها الفرصة للإستحواذ على

مبيعات من منافسيهم مما يقودهم إلى مزيد من الإعلان. فهذه الفرضية إذا تقدم تفسيراً ثانياً لانخفاض كثافة الإعلان عند مستويات التركيزات العالية جداً، عندما تتضاءل فرص تغيير حجم المبيعات. وقد رأى ساتن Sutton (1974) بأن اقتصاديات الحجم في الإعلان تشجع تحول المبيعات للصناعات ذات التركيز المعتدل عنه في حالة صناعات التركيز المنخفض.

ويجادل ساتن أيضاً بأن المنشآت يكون لديها دافع أقوى للإعلان التوسعي في الأسواق ذات التركيز العالي (فضلاً عن ذات التركيز الأقل) إذ يمكنها تحت هذه الظروف تحقيق مكاسب إعلانية أكثر. وعليه، فمثل هذا التأثير يؤدي إلى علاقة موجبة بين الإعلان والتركيز. وأخيراً يرى ساتن أن الإعلان بهدف زيادة عوائق الدخول أو زيادة التركيز أو كليهما يكون أيضاً أقوى عند مستويات التركيز المتوسطة معطية بذلك الدافع لمزيد من الإعلان عند هذه المستويات. وبينما تشير العديد من هذه الآراء إلى احتمال وجود عدة قوي تعمل في اتجاهات معاكسة في العلاقة بين الإعلان والتركيز، فإن هذه الآراء تقدم الأساس لإمكانية وجود تأثير موجب تمثله معادلة من الدرجة الثانية. ولكن المسألة في النهاية مسألة أدلة تجريبية وهذا ما سنناقشه باختصار فيما يلي حيث نركز على نتائج الدراسات ببريطانيا وذلك للتبسيط.

استخدم ساتن (1974) عينة من 25 من صناعات مجموعة «Minimum Hending» في (1963) وذلك لاختبار فرضيته وقد وجد تأييداً قوياً للعلاقة من الدرجة الثانية. وبتمثيل الإنفاق الإعلاني إلى المبيعات بالحرف (A) والتركيز لخمس منشآت بـ (C_5) وجد أن:

$$P = 0.99 + \underset{(1.29)}{} \; \underset{(1.13)}{0.013C} \qquad R^2 = 0.01 \qquad (6\text{-}15)$$

(1.29) (1.13)

$$A = -3.15 + 0.19\,C - 0.0015\,C^2 \qquad R^2 = 0.34 \qquad (6\text{-}16)$$

(2.36) (3.71) (3.51)

وتوضح هذه النتائج التحسن الهائل في تدقيق البيانات عند إضافة (C^2) للمعادلة مما يؤيد وجود العلاقة من الدرجة الثانية. وتعكس المعادلة (6-16) زيادة كثافة الإعلان إذا انتقالنا من صناعات التركيز المنخفض إلى صناعات التركيز المرتفع، فتصل إلى نهايتها العظمى عند ($C = 64\%$)ثم تأخذ في التناقص في القطاعات ذات التركيز الأعلى. وبناء على هذه النتائج، يقترح ساتن أن الإعلان الكثير في صناعات التركيز المتوسط قد يعكس اتجاهات مضادة للمنافسة وأن التحكم في الإعلان قد يزيد من العوامل الباعثة على المنافسة في مثل هذه الصناعات.

ولكن، لم تنجو دراسة ساتن من النقد فقد أثبت رييس Ress (1975) أن نتائج ساتن تعتبر حساسة لطريقة قياس المتغيرات. فالمشكلة أن بيانات إحصاء الإنتاج لا تمكن الباحث من اختبار الفرضية بصورة قاطعة. وقد استخدم رييس عدداً من الاختبارات البديلة وهي أيضاً خاضعة للنقد، فحصل على نتائج مختلفة. فمعادلته تبين أن كثافة الإعلان تزداد مع التركيز، ولكن الأدلة على انخفاض الكثافة عند التركيز المرتفع ليست قوية. كذلك فقد انتقدت أدلة ساتن بواسطة ريكي Reekie (1975) على أساس أن العينة التي استخدمها تشتمل على صناعات معرفة بطريقة شاملة، بل وتختلف فيما بينها (غير متجانسة) في خصائص العرض والطلب. ويرى أن تقديرات ساتن يجب أن تأخذ بنوع من التحفظ فقد استخدم التركيز باعتباره المتغير الوحيد الذي يفسر التباين في كثافة الإعلان بين الصناعات ولم يؤخذ في الحسبان الاختلافات في العرض والطلب. وقد تحايل ريكي على هذه المشكلة بأن استخدم بيانات من مصدر آخر عن 63 من سلع المستهلك غير المعمرة، والمحددة بدرجة عالية، فقام بتحليلها في أربع مجموعات متجانسة نسبياً: مواد غذائية، أدوية، إمدادات منزلية وخاصة بالمطبخ، ولوازم حمام. وقد أوضحت هذه البيانات بأنه لا توجد هناك علاقة خطية أو غير خطية بين كثافة الإعلان وهيكل السوق. غير أن ريكي كان قد اضطر إلى استخدام مقياس لهيكل السوق يسمى «نسبة الكثافة» وهي تعتمد على بيانات جمعت من

استبيان يسجل المستهلكين فيه قيمة أي الماركات (أو العلامات التجارية) من كل منتج يستخدمها أكثر. ونسب الكثافة هذه لثلاث وخمس ماركـات، لا تطابق بأي حال من الأحوال نسب التركيز، مما يلقي ببعض الشكوك حول نتائج ريكي.

كما قام كابل (1975) باختبار الدلائل مستخدماً عينة من 26 من المنتجات المعرفة بشكل دقيق وغير المغمرة، من قطاع الغذاء بشكل رئيسي وإن احتوت بعض السلع المنزلية والكيماوية. وتشير نتائجه إلى وجود علاقة من الدرجة الثانية بين كل من كثافة الإعلان وتركيز السوق عندما يقاس الأخير بمؤشر هيرشمان - هيرفندال للتركيز وباستخدام أسلوب الإنحدار المتعدد. وقد تم الحصول على هذه النتائج خاصة عند استخدام قيم الإعلان في السنين السابقة لقياس المتغير التابع مثل الشهرة (أو القيمة المعنوية المكتسبة في السابق) بدلاً عن استخدام كثافة الإعلان الحالية. وقد بلغ هذا المتغير نهايته العظمى عند (H = 0.4)، والتي وصفها كابل بحالة الاحتكار الثنائي في وجود بعض البائعين من ذوي الأحجام الصغيرة جداً (أعداد مكافئة = 2.5). وتشير هذه النتائج إلى أن كثافة الإعلان تصل نهايتها العظمى عند تركيز مرتفع جداً، خلافاً لما جاء بنتائج ساتن، ولكن ربما فسر الاختلاف بتعريف كابل للمنتج بطريقة محددة جداً. وقد وجد كابل علاقة خطية بين كثافة الإعلان ونسبة التركيز لثلاث منشآت ولم يجد هناك أي تأثير غير خطي. وبالإجمال فنتائج كابل تدعم فرضية الدرجة الثانية واستخدامه للإنحدار المتعدد والتعريف المحدد الضيق للمنتجات قد تدارك إلى حد ما الإنتقادات التي وجهت لبحث ساتن.

وحديثاً قام باكستون وديفز وليونز (1984) باختبار فرضية العلاقة من الدرجة الثانية باستخدام عينة من (57) من صناعات مجموعة (MLH) البريطانية في 1968. ويرى الباحثون ضرورة الفصل صراحة بين سلع المنتج وسلع المستهلك عند اختبار العلاقة. وأن عدم الفصل يؤدي إلى علاقة غير معنوية إحصائياً بين كثافة الإعلان والتركيز في العينة المستخدمة. فعند مراعاة

الفصل كانت هناك علاقة معنوية من الدرجة الثانية في حالة صناعات سلع المستهلك، وهي علاقة قوية وراسخة. فكانت المعادلة المفضلة والناتجة عن استخدام طريقة المربعات الصغرى (قيم t بين الأقواس) هي:

$$A = -1.90 + 7.66P + 0.12\pi/S + 0.18(S_c/S)C - 0.0014(S_c/S)C^2$$
$$(-2.35)\ (6.31)\ \ (3.01)\ \ \ (5.21)\ \ \ \ (-3.53)$$
$$\bar{R}^2 = 0.746 \qquad (6\text{-}17)$$

حيث أن (A) هي كثافة الإعلان، و (C_5) هي نسبة التركيز لخمس صناعات، و (P) هو متغير للسلع الشخصية، و (Π/S) هو معدل العائد على المبيعات، (S_c/S) هو نصيب المستهلك من المبيعات. فجميع المتغيرات تعد معنوية عند مستوى (1%)، وللمعادلة قوة تفسيرية عالية ($R^2 = 0.746$) وتصل كثافة الإعلان نهايتها العظمى عند تركيز لخمس منشآت قدرة 64%، وهي في ذلك تتفق ونتائج ساتن (1963) مستخدماً معادلة بسيطة من الدرجة الثانية.

قام باكستون وديفز وليونز أيضاً بتقدير العلاقة مستخدمين طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين (2 SLS)، وذلك لمراعاة التأثير العكسي بين كثافة الإعلان والتركيز[4]. فجاءت نتائجهم مشابهة للمعادلة (6-17) مما يرجح أن مشكلة الآنية (Simulraneity) ليس لها تأثير على العلاقة المشاهدة. وقد توصل إلى نفس النتيجة كل من ستريكلاند ويز «Strickland and Weis (1976) (انظر أيضاً Martin, 1979) باستخدام عينة من (408) من بيانات الولايات المتحدة لصناعات الأربعة أرقام في (1963). وقد وجدا علاقة معنوية إحصائياً من الدرجة لاثانية بين كثافة الإعلان وتركيز السوق في العينة ككل وفي صناعات سلع المستهلك، ولم يجدا مثل هذه العلاقة في حالة سلع المنتج. ومرة ثانية فهذه النتائج لا تتأثر باستخدام العلاقة الآنية، وإن لوحظ نقص في تأثير هامش «السعر ـ التكاليف» على كثافة الإعلان عند استخدام طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين (حيث اعتبر هامش

«السعر ـ التكاليف» كمتغير داخلي في النموذج). ووفقاً لتقديراتهم تصل كثافة الإعلان إلى نهايتها العظمى عند نسبة التركيز لأربع منشآت مساوية لـ (46%) (أو 57% للعينة كلها). وكلتا النتيجتين تبدو مؤيدة للرأي القائل بأن كثافة الإعلان تكون عالية بصفة خاصة في الصناعات ذات التركيز المتوسط[5]. وقد يكون لهذه النتائج أصداء هامة بالنسبة للسياسة العامة.

فطالما كان الإعلان الزائد في صناعات احتكار القلة من النوع المعادل، فيمكن اعتبارها نفقات خاسرة بالنسبة للمجتمع. وبالإضافة إلى ذلك وكما سيناقش في المبحث (6-2) الآتي، فقد ترفع الإعلانات الزائدة العوائق أمام دخول منشآت جديدة مما يؤدي إلى زيادة تركيز السوق، وبالتالي يرفع الأسعار والأرباح. فمن كلتا وجهتي النظر يعتبر الإرتباط بين كثافة الإعلان وأسواق احتكار القلة (لسلع المستهلك) من الأمور المثيرة للإهتمام العام. ويناقش في المبحث (6-3) إجراءات سياسة التعامل مع هذه المشكلة.

(6-2) الإعلان والمنافسة: Advertising and Competirion:

(6-2-1) نظرية: Theory:

بعض الانتقادات التي توجه إلى الإعلان من وجهة نظر السياسة العامة تركز على دور الإعلان في تمييز السلع وفي زيادة عوائق الدخول، وزيادة تركيز السوق ويعتبرها البعض بمثابة المشاكل الرئيسية الممكنة في سوق احتكار القلة لسلع المستهلك. ولكن هذه النظرة لا تحظى بالإجماع، فبعض الإقتصاديين يشيرون إلى ميزات الإعلان في زيادة التنافس وتسهيل دخول المنشآت الجديدة. والسؤال عن هل وتحت أي ظروف يكون الإعلان مساعداً أو معوقاً للمنافسة ما زال مطروحاً لمناقشة حادة وستتناول القضايا الأساسية منها فيما يلي[6].

ونبدأ بالعلاقة بين الإعلان والتركيز والسعر. فكما لوحظ في القسم

(6-1-3) قد يؤثر تركيز السوق على مستوى كثافة الإعلان في السوق، وتكون كثافة الإعلان عالية عند المستويات المتوسطة للتركيز. وهنا ندرس إمكانية العكس، أي أن يتسبب الإعلان المكثف في زيادة تركيز السوق وبالتالي يرفع من الأسعار، وإذا نظرنا إلى سوق بعوائق مرتفعة للدخول (مثل خطوط طيران الركاب) وبفرض أن القوانين تمنع الإندماج بين المنشآت المنافسة، وبفرض أيضاً أن عدداً كبيراً ينافس في السوق أصلاً. فما هي الآلية التي يمكن بها للإعلان بواسطة المنشآت المتنافسة أن تزيد تركيز السوق والسعر؟ وقد اقترح مان اثنين من الحلول الممكنة وكلاهما يعتمد اعتماداً كبيراً على قانون التأثير المتناسب الذي نوقش في الفصل الثاني.

أولاً - يرى مان أن الإعلان يخضع إلى حد بعيد للإصابة والخطأ، فبعض حملات الإعلان تكون ناجحة والبعض يفشل. وعندما تشارك جميع المنشآت في الإنفاق على الإعلان فإن الأنصبة السوقية للمنشآت تصبح كثيرة التغير. ففي الإطار التحليلي للفصل الثاني، سوف يزيد الإعلان من التباين في توزيع معدل النمو التناسبي لكل منشأة، وبالتالي تزيد من معدل زيادة تركيز السوق. ولذا فسوف تسود بعض المنشآت السوق بسرعة كنتيجة لنجاح حملاتها الإعلانية بينما تخسر بعض المنشآت الأخرى عملاءها أو تخرج من السوق. إن الزيادة الناتجة في التركيز قد تمكن المنشآت من تنسيق سياساتها السعرية فترفع أرباحها لمستوى الاحتكار التام(7).

وهناك عدة نقاط يجدر ملاحظتها حول هذه الآراء:

أ - توحي هذه الآراء بأن الإعلان يزيد من التأثير الموجود للتركيز ولا يخلقه في المقام الأول، وذلك كنتيجة لزيادة تباين معدلات النمو التناسبي. وتعتمد أهمية هذا التأثير، إن وجد أساساً على مدى تأثير الإعلان على احتمالات النمو التناسبي.

ب - تكون الزيادة في التأثير أكبر إذا ما كانت هناك اقتصاديات حجم في الإعلان، حيث تتمكن المنشآت الكبيرة من كسب مزيد من

العملاء عند تكلفة أقل للوحدة من الإعلان عنها للمنشآت الأصغر. ويمكن أن يتحقق ذلك إذا تمكنت المنشآت الكبيرة من الاستخدام الأكثر لوسيلة الإعلان التي تحقق الهدف بأدنى تكلفة (Cost-effective media) (مثل إعلانات التلفزيون). ومن جهة أخرى، وحتى لو كان للإعلان اقتصاديات حجم، فليس من الضروري أن تستفيد المنشآت الكبيرة في أي صناعة معينة أي أن المهم هنا هو حجم المنشأة بالنسبة لصناعة الإعلان وليس حجم المنشأة في سوق معينة. ونناقش إمكانية اقتصاديات الحجم في الإعلان فيما يلي. والنقطة الثانية التي آثارها مان تعني بالتفاعل بين الإعلان والتركيز، فكلما زاد التركيز، تبلور الاعتماد المتبادل بين منشآت احتكار القلة وزاد السعر. فتحول المنشآت اهتمامها من المنافسة السعرية إلى المنافسة الإعلانية، وترتبط المستويات العالية من الإعلان بالمستويات المتوسطة للتركيز (كما في القسم 3-1-6). وهذا بدوره يعزز من تأثير التركيز الذي سبق نقاشه، وحيث إننا قد لاحظنا العلاقة ذات الإتجاهين بين الإعلان والتركيز وما يترتب عليها من مشاكل للتقدير التجريبي، فليست هناك احتياج لمزيد من نقاشها هنا. ويقدم القسم (3-2-6) عرضاً موجزاً للنتائج التجريبية عن الإعلان كمحدد للتركيز.

والحالة الأخرى التي يدعم فيها الإعلان القوة السوقية ترتكز على تأثيره على مرونات الطلب السعرية. يجادل كومنار وويلسون Comnar and Wilson (1974) على سبيل المثال، أن بإمكان المنشآت أن تستخدم الإعلان لكي تزيد من إدراك المستهلكين للتمييز السلعي. وعلى هذا الأساس، سوف يؤدي الإعلان إلى زيادة القوة السوقية ورفع الأسعار بالسوق. ولكن من الممكن أيضاً أن تأخذ بوجه النظر المعاكسة، ففي السوق الذي لا تتوفر للمستهلكين فيه المعلومات الصحيحة عن طبيعة السلع الموجودة، يمكن للإعلان أن يقدم المعلومات القيمة التي تزيد من مرونات الطلب السعرية وتساعد بذلك على خفض الأسعار. فوفقاً لوجهة النظر هذه، يعتبر الإعلان أداة نافعة «لتوسيع» السوق وكسر القوة الاحتكارية القائمة أساساً على

المعلومات غير التامة، بدلاً عن عملها كـوسيلة لزيـادة التمييز السلعي ورفـع الأسعار. وفي الواقع ليس هناك من سبب يمنعنا من قبول كلتا وجهتي النظر، إذا اعتقدنا على سبيل المثال أن بعض الإعلان لغرض الإعلام تكون له آثار جيدة أو أن الإعلان بأسواق المنافسة له ميزات إعلامية. وقد تعتبر المستويات العالية من الإعلان بأسواق احتكار القلة موضوعاً آخر.

لقد أثبتت عدة دراسـات أن للإعـلان بالأسـواق غير الاحتكـارية آثـاراً داعمة للمنافسة. وأكثر هذه الدراسات اقناعاً هي دراسة بشهام (1972) حيث لاحظ في دراسته أن أسعار النظارات كانت وبصفة منتظمة أعلى في الولايات الأمريكية التي تمنع قطعياً الإعلان مقارنة بأسعارها في الولايـات التي تقل فيها القيود على الإعلان أو تنعدم. فقد وجد في عينة من (177) مشتري في (1963) أن الأسعار المدفوعة للنظارات كانت في المتوسط (33 $) في الولايات التي تمنع الإعلان مقارنة بـ (26 $) في الولايات التي تبيح الإعلان. وقد زاد هذا الفارق السعري إلى (37 $) مقارنة بـ (18 $) (أي 100% فرق) عنـدما قورنت أكثر الولايات تقيداً للإعلان (North Carolina) بأقلها تقيداً (Texas and D. C.). وقد قام Cox (1982) أيضاً بدراسة مشابهة عن الخدمات القانـونية العادية في ست من مدن الولايات المتحدة، وقد رصد بعض الأدلـة على ارتباط انخفاض الأسعار بالإعلان المرتفع. كذلك فقد زعم ستينر (1973) بأن النقص في أسعـار لعب الأطفال في الـولايـات المتحـدة في الخمسينيـات والستينيات كان مرتبطاً بظهور الإعلان المتلفز. ولكن، ليس من الواضح إن كانت بعض التطورات الأخرى في سوق التجزئة هي التي كانت مسئولة عن الجزء الأكبر من الخفض المشاهد.

وهناك العديد من الأسباب التي تفسر انخفاض الأسعار عند رفع القيود عن الإعلان.

أولاً ـ كما لاحظنا من قبل فإن قدرة الإعلان على اعلام المستهلكين عن طبيعة السلع الموجودة يمكن أن تؤدي إلى مرونات طلب سعرية أكبر، وبطريقة أعم، إلى زيادة المنافسة الأمر الذي يساعد على خفض الأسعار.

ثانياً - تزيد المبيعات بالإعلان، مما يسمح للمنشآت بتحقيق مزايا اقتصاديات الحجم في الإنتاج والتوزيع مما يخفض التكاليف والأسعار.

ثالثاً - قد يتقلص هامش ربح الموزعين (كما يجادل ستينر في حالة لعب الأطفال) ليس فقط بسبب زيادة المبيعات ولكن أيضاً بسبب التعريف الزائد بالسلع عن طريق الإعلان الأمر الذي يفرض المزيد من المنافسة على المنتج بواسطة تجار التجزئة. ومن المرجح أن يزيد احتمال مشاهدة هذه التأثيرات في سوق المنافسة الاحتكارية بالعدد الكبير نسبياً من البائعين حيث تكون مزايا الإعلام الإعلام وخفض التكاليف الناتجة عن الإعلان أوضح ما تكون.

وأخيراً فمن المهم جداً أن ندرك أن الإعلان قد يزيد من عوائق الدخول. فقد رأينا في الفصل الرابع أن «بين» يعتقد بأن التمييز السلعي يمثل واحداً من عوائق الدخول الرئيسية. ويرى أن هذا العائق يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالإعلان المكثف وبعض نفقات ترويج المبيعات بواسطة المنشآت القائمة. وقد اتجه بين ببساطة إلى افتراض أن الإعلان قد أنتج العائق للدخول، ولم يعط أية تفاصيل عن تفسير كيفية حدوث ذلك. ويعارض منتقدوه فكرة وجود هذا العائق لأن بإمكان المنشآت الجديدة الداخلة أن تقدم رسائل إعلانية منافسة بغرض معادلة إعلانات المنشآت القائمة. وفي الواقع، يرى بعض الكتاب أن الإعلان إنما يسهل دخول المنشآت الجديدة وذلك بتقديم معلومات عن المنتجات الجديدة المنافسة. فمن الواجب أن تدرس هذه الآراء بعناية قبل أن نخلص بأن الإعلان يؤدي لإعاقة دخول المنشآت الجديدة. ويرتكز الرأي القائل بأن الإعلان ينتج عوائق للدخول على طبيعة الاستثمار في الإعلان. فعن طريق الإعلان على مدى الزمن، تبنى المنشآت القائمة رصيداً من السمعة والولاء لماركات السلع التي تبيعها والتي يتحتم على المنشآت الجديدة أن تتخطاها كي يمكنها اقتحام السوق. وبالتالي ففي الفترة الأولى عقب الدخول، يصبح من الضروري أن تتحمل المنشأة الجديدة نفقات إعلانية عالية أو أن تخفض سعر الوحدة حتى يمكنها منافسة المنشآت القائمة. ولكن يجب أن يراعى أنه طالما اعتمد هذا النقاش على الطبيعة

الاستثمارية للإعلان فإنه لا يدعم الرأي القائل بـأن الإعلان يؤدي لإعـاقة الدخول. فـإذا اعتبر الإعـلان كاستثمـار فيجب ألا تعامـل نفقات الإعـلان للمنشآت الجديدة كتكاليف جارية فتقـارن بالإنفـاق الجاري على الإعـلان بواسطة المنشآت القائمة، بل يجب أن مقارنة التكلفة الرأسمالية. وعلى هذا الأساس فليس هناك من سبب للطبيعة الرأسمالية لـلإعلان لأن تتسبب في إعاقة للمنشأة الجديـدة. فيمكن القول بـأن حقيقة أن الإعـلان قد تكـون له تأثيرات حركية لا تعني بذاتها أن الإعلان يولد عائق الدخول.

وقد يعني ذلك أن من الضروري النظر إلى عدم التماثل في الطلب وما شابه بين المنشآت القائمة والداخلة كي نكتشف أسس عوائق الدخول. ولكن قد يرى البعض مثل كابين Cubbin (1981)، بأن ليس هناك من احتياج لذلك. فحتى عندما يكون للمنشأة الداخلة نفس دوال الطلب والتكـاليف الخاصـة بالمنشآت القائمة، فمن الممكن جداً أن تتوقع المنشأة الـدخلة تحقيق أرباحـاً سالبة بعد الدخـول وإن كانت المنشـأة القائمـة تحقق أرباحـاً موجبـة قبل الدخول. وقد أوضح كابين، وفي ظل .فـروض عامـة عن توقعـات المنشأة الداخلة، بأن بمقدور المنشآت القائمة أن تجعل الدخول يبدو غير مربحـاً للمنشآت انداخلة. وفي أبسط صورها، عندما لا تتوقع المنشأة الداخلة تغيراً في الإنتاج أو الإعلان بعد الدخول، تصبح الحجة أن السوق وببساطة متسع للمنشأة الجديدة الداخلة للسوق في ظل السياسات الحالية للمنشآت القائمة. فالمنشأة القائمة يمكنها أن تتبنى سياسات إعلانية وإنتاجيـة لتمنع الـدخول وببساطة لأنها السابقة في الوجود بالسوق.

غير أن حقيقة وجود المنشأة أصلاً بالسوق قد تخلق اختلافات بينهـا وبين المنشآت المتوقع دخولها. ويرى كل من كومانر وويلسون (1974) على وجه الخصوص، أن المنشآت القائمـة لها ميـزة أن المستهلكين لهم خبرة متراكمة عن منتجاتها ويتفاعل ذلك مع إعلاناتها لخلق عائق الدخول. وقد تصبح المنشأة الداخلة في وضع متدنٍ بعد الدخول لأن على إعلاناتها أن تنافس قدراً متزايداً من الإعلان المنافس من قبل المنشآت القائمة عما كانت

عليه أصلاً قبَل الدخول. وكلا الرأيين يرجح أن المنشأة الجديدة الداخلة لا يمكنها أن تنافس على أسس متساوية من خلال إنفاق نفس القدر الذي تنفقه المنشآت القائمة (أخذاً في الاعتبار الآثار الحركية للإعلان). وبالتالي فإن الإعلان يخلق عائقاً للدخول. ومن الواضح أن بازمكان سياق حجج معاكسة، ولذا فمن الواجب اللجوء إلى الأدلة التجريبية حتى يمكن الفصل في هذه القضية.

ويرى كل من كومانور وويلسون أيضاً، أن تأثيرات الحجم في الإعلان يمكن أن يخلق عائقاً للدخول. وتنشأ هذه التأثيرات عندما تتمكن المنشآت الكبيرة من الحصول على تخفضيات من وسائل الإعلام، أو عندما تتمكن المنشآت الكبيرة من استخدام الرسائل الإعلانية ذات الفاعلية المتزايدة. وفي هذه الحالة الأخيرة قد يمكن للمنشآت الكبيرة الاستفادة من خدمات خبراء الإعلان أو من استخدام وسائل الإعلان ذات الاستجابة العالية أو التي تحقق الهدف بأدنى كلفة (مثل التلفزيون) حيث ترتبط فاعلية الإعلان وإلى حد بعيد بتكلفته. كذلكب فقد تكون هناك بعض المكاسب من تكرار الرسائل الإعلانية بهدف تثبيتها في مخيلة المستهلك. وقد أدت هذه الآراء بكل من كومانور وويلسون إلى الاعتقاد بأن إيراد المبيعات سوف يزيد مع مقدار الإعلان بدرجة غير متناسبة على الأقل في البداية، أو، بأسلوب بديل يمكن القول بأنه قد يلاحظ وجود نقطة بداية للتأثير، مع مستوى معين من الإنفاق الإعلاني الضروري لضمان أي تأثير معنوي على الطلب. إن مثل تأثيرات السعة هذه في أي من أشكالها يعني أن هناك ميزة للمنشآت الكبيرة القائمة.

ويسير الرأي القائل بأنها تتسبب في إعاقة الدخول في خطاً موازياً للرأي القديم لبين الخاص بأثر اقتصاديات الحجم في الإنتاج. فإذا دخلت منشآت بمستوى انتاجي صغير، فستجد أن عليهم تحمل تكلفة أعلى للوحدة من الإعلان عما تتحمله المنشآت الكبيرة المنافسة وبالتالي يجرون أعمالهم على أسس غير متكافئة للمنافسة. وإذا دخلت المنشآت الجديدة بمستوى انتاجي

كبير حتى تستفيد من ميزات الحجم في الإعلان فإن عليها أن تتوقع خفضاً هائلاً في الأسعار. وعليه إذا كانت هناك اقتصاديات للحجم في الإعلان، فإنها تكمل اقتصاديات الحجم في الإنتاج لكي تعوق دخول منافسين جدد. وفي هذه الحالة قد تحقق المنشآت الكبيرة القائمة أرباح المحتكر دون إغراء منشآت جديدة على الدخول[8]. وأخيراً، فقد يرتبط الإعلان بعائق الاحتياجات الرأسمالية للدخول، بالإضافة لتلك العوائق الناجمة عن الاستثمار في الآلات والمعدات. وحيث أن الاستثمار في تخلل السوق يعد استثماراً خطراً بصفة خاصة من حيث أنه لا يؤدي إلى أصول ملموسة، ومن ثم فمن المتوقع أن يكون المعدل المطلوب للعائد عليها أكثر ارتفاعاً. وعليه فمن المرجح أن يمثل ذلك مصدراً إضافياً لمعاناة المنشآت الصغيرة في دخول السوق، وتزيد هذه المعاناة كلما زادت ثقة المستهلك في المنشآت القائمة وكلما زادت أي مزايا حجمية في الإعلان. وكما لوحظ في الفصل الرابع، فإن مشكلة الاحتياجات الرأسمالية كعائق للدخول يمكن اعتبارها أسهل بالنسبة للمنشآت الكبيرة التي تنوع استثماراتها في صناعات جديدة. وإن كان من الممكن أن يكون لها تأثيرات على إبطاء معدل الدخول إلى الصناعات المربحة وذلك عن طريق انقاص عدد المنشآت الجديدة الداخلة للسوق.

(6-2-2) دلائل: Evidence

لقد تم إعداد قدر كبير من الدراسات التجريبية عن عدة مفاهيم متصلة بالإعلان والمنافسة. وفيما يلي سوف نركز أساساً على تلك الدراسات التي تعكس الصلة بين الأربحية والإعلان، وينصرف اهتمامنا على وجه الخصوص إلى نقاط الإتفاق بين هذه الدراسات. وفي نهاية القسم نعرض باختصار أيضاً بعض نقاط الخلاف.

ونبدأ ببحث هام لكومانور وويلسون (1967) والذي وضع أسس الحوار للمناقشة اللاحقة عن الأربحية والإعلان. ويرى كومانور وويلسون أن الإعلان كان مصدراً هاماً لعوائق الدخول للصناعة، مما يسمح للمنشآت القائمة بأن

ترفع من الأسعار أعلى متوسط التكاليف دون إغراء منشآت جديدة على الدخول. وقد أمكنهم اختبار هذه الفرضية باستخدام أسلوب الانحدار المتعدد لعينة من (41) من صناعات سلع المستهلك في الفترة (1954-1057) بالولايات المتحدة. وبالإستعانة بدوال مختلفة، وجدوا أن هناك علاقة قوية وموجبة بين الأربحية والإعلان. ونسوق هنا مثالين لتوضيح هذه النتائج.

أولاً ـ باستخدام نسبة نفقات الإعلان الى المبيعات (X_1) كتقدير تقريبي لعائق الإعلان، وجد أن:

$$Y = 0.045 + \underset{(3.1)}{0.44X_1} + \underset{(2.4)}{0.008 \log X_2} + \underset{(1.3)}{0.01 \log X_3} + \underset{(1.4)}{0.02X_4} \qquad (6.18)$$
$$\bar{R}^2 = 0.62$$

حيث أن (Y) هي متوسط العائد على أسهمْ بالمنشآت الكبيرة في كل صناعة. و (X_2) هي الاحتياجات الرأسمالية العائق للدخول، و (X_3) هي معدل نمو الطلب، و (X_4) تمثل المتغير الصوري للسوق الإقليمية (نسبة t بين الأقواس). وكما هو واضح من المعادلة فإن نسبة الإعلان للمبيعات لها تأثير خطي موجب وقوي على معدل العائد وهو تأثير معنوي إحصائياً عند مستوى 1%.

ثانياً ـ باستخدام متغير صوري للإعلان كعائق مرتفع للدخول (X'_1) الذي يعكس مستوى عالياً من الإعلانات إلى جانب نسبة عالية من الإعلان إلى المبيعات، وجدوا أيضاً.

$$Y = 0.055 + \underset{(2.7)}{0.032X'_1} + \underset{(1.8)}{0.006 \log X_2} + \underset{(1.5)}{0.012 \log X_3} + \underset{(1.7)}{0.025X_4} \qquad (6.19)$$
$$\bar{R}^2 = 0.59.$$

وتبعاً لهذه المعادلة فإن الصناعات ذات عوائق الدخول المرتفعة يكون

معدل الربح فيها أعلى بنسبة تزيد عن 3% عنه في الصناعات الأخرى، وهو فرق معنوي عند مستوى 1%. ويرى كومانور وويلسون أن هذا الفرق يمثل 50% زيادة في معدل الربح في المتوسط بالعينة المدروسة، وهو فرق هائل جداً في واقع الأمر.

وقد وجد عدد من الدراسات بالولايات المتحدة أيضاً أن هناك علاقة قوية وموجبة بين الأربحية والإعلان عند استخدام تحليل الانحدار عبر الصناعات. فقد وجد ميلر Miller (1969) مثلاً، أن كثافة الإعلان كانت محدداً هاماً جداً للأربحية (نسبة t أعلى من 7.5) في (106) صناعة صغيرة بالولايات المتحدة في الفترة (1961/1962 - 1958/957). وقد تبين له أيضاً وعلى غير المتوقع أن الإعلان كان أكثر تأثيراً على الأربحية في صناعات سلع المنتج بالمقارنة مع صناعات سلع المستهلك.

كما وجد وييز (1974) أيضاً أن حجم الإعلان كان يمثل محدداً ذا معنوية عالية للهامش في عينات من 227 و 399 من الصناعات الأمريكية في (1963). أما عن النتائج ببريطانيا فكانت أكثر تضارباً. فقد سجل هولترمان Holtermann (1973) مثلاً نتائج متضاربة لمقاييس مختلفة للأربحية في (113) صناعة من مجموعة الثلاث أرقام في (1963). كما سجل هيتزيس Hiritis (1978) تأثيراً سالباً ومعنوياً للإعلان على الهامش، وذلك في 40 صناعة من مجموعة الرقمين ونصف الرقم في (1963) و (1968). والدلائل الراهنة من بريطانيا تعد أكثر تضارباً عنها في الولايات المتحدة، ونركز على الدراسات بالدولة الأخيرة فيما يلي.

يرى كومانور وويلسون في دراستهما الأولى أن الإعلان يعمل كتقدير تقريبي لتمييز المنتج في إعاقته للدخول. وقد افترضا في الواقع وجود علاقة متبادلة بين هذين المتغيرين، فباتخاذ درجة تمييز المنتج في السوق كبيان معطي (يتحدد بالسمات الأساسية للمنتج)، يرى الدارسان أن المستويات العالية من الإعلان سوف تكون مرتبطة بالدرجات المرتفعة من تمييز المنتج وبالتالي ستعمل كمؤشر لها. ومن جهة أخرى فقد تبين لهما أن الإعلان في

حد ذاته قد يزيد من تمييز المنتج في السوق بمعنى أن تنقص من المرونات السعرية المتقاطعة لكل من الطلب والعرض. وعلى كل حال يرى الدارسان أن كثافة الإعلان وتمييز المنتج سوف تكون قريبة الصلة ببعضها البعض، وفي هذا تبرير لمنهجهم التجريبي.

ومن الواضح، وحتى في هذه الصياغة الأولية أن هناك بعض الإزدواجية فيما يختص بهيكل النموذج موضع الاختبار. وتزيد المشكلة تعقيداً إذا ما أخذ في الاعتبار احتمال وجود السببية المعكوسة (reverse causation) في العلاقة بين الإعلان والأربحية. وكما نوقش في المبحث (6-1) فإن شرط الإعلان الأمثل لدورفمان ـ ستينر لتعظيم الربح يعني أنه ستكون هناك علاقة موجبة بين كثافة الإعلان وهامش «السعر ـ التكلفة» عند التوازن. وبطريقة مبسطة، فإن الهامش الكبير (مع ثبات باقي العوامل)، سوف يميل إلى زيادة القيمة الحدية للوحدة من الإعلان مؤدية إلى زيادة نسب الإعلان للمبيعات في المتوسط. وإذا فرضنا أن المنشآة تتحكم في كل من الإعلان والسعر لتعظيم الربح، إذاً فسيصبح الإعلان والأربحية متغيران يتم تحديدهما داخلياً (endogenous). لذلك من الضروري الاستعانة بنماذج المعادلات الآنية لتقدير العلاقة بين الأربحية والإعلان حتى يمكن تحديد ما إذا كان للإعلان تأثير معوق للدخول[9].

لقد حاولت العديد من الدراسات التقدير باستخدام المعادلات الآنية سالفة الذكر، نذكر منها الآتي:

أولاً ـ كومانور وويلسون (1974) استخدما نموذجاً من معادلتين كان فيهما كل من معدل الربح ونسبة الإعلان إلى المبيعات متغيرات داخلية. وبتقدير هذا النموذج باستخدام نفس البيانات المستخدمة في دراستهما الأولى، وجد الباحثان أن تأثير الإعلان على الأربحية قد ازداد عندما أخذت في الاعتبار العلاقة الآنية بالرغم من زيادة الخطأ المعياري أيضاً لهذا التأثير. وبصورة محددة، فقد وجد الباحثان في أربعة صيغ مختلفة للنموذج أن تأثير

الإعلان على الأربحية قد زاد في تقدير طريقة المربعات الصغرى ذات المرحلتين (إلى حوالي الضعف)، ولكن، كان التأثير إحصائياً غير معنوي عند مستوى 5% في اختبار الطرف الواحد، وإن كانت معنوية عند مستوى (10%). وقد تبين لهما أيضاً أن الأربحية كانت محدداً هاماً ومعنوياً لكثافة الإعلان. وعليه، فإن مغزي هذه النتائج هو أن العلاقة ثنائية الإتجاه (two - way relationship) بين الإعلان والأربحية هي بالفعل قائمة وأهم ما تشير إليه هذه النتائج هو أنه إذا ما أخذت في الاعتبار هذه العلاقة فإن ذلك يزيد من حجم تأثير الإعلان على الأربحية، وإن أدى ذلك إلى انقاص الثقة في النتائج.

ثانياً ـ قام كل من ستريكلاند وويز بتقدير نموذج من ثلاث معادلات ويشتمل على الهوامش، وكثافة الإعلان، والتركيز كمتغيرات داخلية. ولما كانت نفقات الإعلان قد ضمنت في قياس الهامش فإذا زادت قيمة معامل الإعلان على الواحد الصحيح كان ذلك دليلاً على وجود التأثير الموجب للإعلان على الأربحية. وقد تبين في الحقيقة أن قيمة هذا المعامل هي 1.63 (بخطأ معياري قدره 0.29) في عينة من 408 صناعة أمريكية في (1963)، وذلك باستخدام أسلوب المربعات الصغرى ذا المرحلتين. وعليه فقد جاءت نتائج دراستهما لتؤيد التأثير الموجب للإعلان على الأربحية والذي تم الحصول عليه باستخدام أسلوب المعادلات الآنية. إلا أن ستريكلاند وويز قد لاحظا أن العلاقة لم تعد إحصائياً معنوية (وبدرجة ملحوظة لسلع المستهلك) عندما قسمت العينة إلى صناعات لسلع المستهلك وأخرى لسلع المنتج، ويرى الباحثان أن هذه النتائج تلقي ببعض الشك على أهمية عائق تمييز المنتج. وكما لوحظ في الفصل الخامس، فقد انتقد مارتين (1979) النموذج الإحصائي الذي استخدمناه على أُسس فنية، مما يجعل النتائج موضع شك. أخيراً، فقد وجد كل من باجولاترس وسورنسون (1980/1981) أيضاً، تأثيراً معنوياً لكثافة الإعلان على الهامش وذلك في 47 صناعة للأغذية بالولايات المتحدة في (1974) وباستخدام نموذج من ثلاث معادلات آنية ـ

وعموماً فهذه النتائج توحي في مجموعها بأن هناك تأثيراً موجباً للإعلان على الأربحية حتى عندما يسمح بوجود تأثير للأربحية على الإعلان.

والمشكلة الثانية والمتصلة بمناقشة الإعلان كعائق للدخول تتعلق بالطبيعة الاستثمارية للإعلان. ففي ظل الأساليب المحاسبية المعهودة يعامل الإنفاق على الإعلان كمصروفات جارية بدلاً عن اعتبارها كنوع من الاستثمار. ولذا ولما كانت النفقات الإعلانية الحالية لها تأثيرات تمتد لفترات في المستقبل، فإن معدل العائد المحسوب سوف ينحرف عن المعدل الحقيقي للعائد. فالمعدل الحقيقي للعائد سوف يكون مبالغاً في قيمته المحسوبة وذلك لأن رأس المال غير الملموس للإعلان لم يؤخذ في حساب المقام لمعدل العائد المحسوب. كذلك فبينما الأرباح المحسوبة تكون صافية من النفقات الجارية للإعلان، فسوف يكون معدل العائد أقل مما هو عليه (أعلى مما هو عليه)، حيث تزيد النفقات الجارية للإعلان (تنقص عن) على قيمة الإهلاك (أو استهلاك رأس المال) (Depreciation) الجاري على رأس المال غير الملموس للإعلان. وبينما قد تكون عدم الدقة في حساب الأرباح ذات أهمية كبيرة فإن بإمكان البعض أن يحاجج بأن أخطاء القياس مرتبطة إيجابياً بكثافة الإعلان، مما يولد ارتباطاً زائفاً بين الإعلان والأربحية المحسوبة. ويرى العديد من الكتاب أن هذا التأثير موجود بالفعل وقد يكون سبباً لكل العلاقات الملاحظة بين الإعلان والأربحية.

ولكن لم تنته جميع الدراسات إلى ذات الخلاصة، وسنعرض أولاً الدراستين التي وجد فيهما أن حجة عائق الدخول تعد صلبة وغير حساسة للإعتبارات السابقة. فقد درس ووييز في بحثه الرائد (1969) مؤثرات تعديل معدل العائد لرأس مال الإعلان في عينة من 37 صناعة صغرى بالولايات المتحدة في الفترة (1964 - 1963) وبسبب النقص في المعلومات التفصيلية. فقد افترض أن استثمارات الإعلان في كل صناعة تستهلك خلال ست سنوات بمعدل استهلاك سنوي قدره (33%). إلا أن هذه الطريقة بالطبع غير صحيحة وقد تؤدي إلى نتائج مضللة. ولكن وباستخدام هذه الطريقة وجد

ويز أن تعديل معدل العائد ينتج تغيرات حدية فقط في تأثير الإعلان على الأربحية عند الإستعانة بالإنحدار المتعدد. ووفقاً لهذه النتائج لا يزال للإعلان تأثير موجب ومعنوي عند مستوى أقل من 1% على أساس اختبار الجانب الواحد، وبالتالي فهي تميل إلى تأييد فرضية أن الإعلان يعمل كعائق للدخول. وقد تناول أيضاً كل من كومانور وويلسون (1974) بالبحث تأثيرات رأس المال المستثمر في الإعلان وذلك في عينة من 39 من صناعات الولايات المتحدة في الفترة (1954-1957) وعلى عكس أسلوب ويز قام الباحثان بتقدير الرصيد المعنوي لشهرة الإعلان في كل صناعة واستخدما هذه التقديرات في تعديل معدل العائد على رأس المال المستثمر في الإعلان. وتوحي تقديراتهم بأن نسبة هائلة من نفقات الإعلان يجب في الحقيقة انفاقها في الوقت الحاضر في بعض الصناعات (وبدرجة ملحوظة، تلك التي تنتج سلعاً معمرة) وأن معدلات الإهلاك للرصيد المعنوي كانت مرتفعة جداً. ودون مفاجأة وجد الباحثان أن آثار التعديلات لمعدل العائد كانت هامشية (في الحقيقة أدت إلى زيادة معدل العائد في المتوسط) وبالتالي فلم يغير ذلك في تأثير الإعلان على معدل العائد إلا بقدر ضئيل. وفي سلسلة من الصياغات البديلة وجد الباحثان أنه بالرغم من بعض النقص في قيم نسبة (t) المشاهدة، إلا أنه وفي جميع الأحوال كان معامل الإنحدار الخاص بكثافة الإعلان معنوياً عند مستوى (5%) على الأقل في اختبار الجانب الواحد عند استخدام الإنحدار المتعدد.

هذه الأدلة التي تبدو قوية، قد واجهت التحدي من دراسات قام بها بلوك وابريان وقد استخدم كل منهما بيانات عن المنشأة على عكس بيانات الصناعة المستخدمة في دراسات ويز، وكومانور وويلسون. فقد قام بلوك Block (1974) (انظر أيضاً بلوك 1980) بتعديل معدل الربح لـ 40 منشأة لتصنيع الغذاء في الفترة (1950-1953) مستخدماً معدل الإهلاك قدره 5% لرأس المال المستثمر في الإعلان. وقد وجد أن هذه التعديلات قد أدت إلى خفض معدلات العائد. وعلاوة على ذلك كان تأثيرها في تحليل الإنحدار

المتعدد هو تقليل حجم معامل الانحدار لكثافة الإعلان وجعله غير معنوي إحصائياً. غير أن هذه النتيجة حساسة لمعدل الإهلاك المنخفض المفترض في هذه الدراسة. وقد وجد أن زيادة معدل الإهلاك إلى 33.3% (أسوة بوبيز) قد زاد من حجم معامل الإنحدار، وإن ظل غير معنوي عند مستوى 5% لاختبار الجانب الواحد. وبأسلوب قام ايارين Ayarian (1975) بتعديل معدلات الربح في 39 منشأة تابعة لست مجموعات سلعية في عام (1968) وباستخدام تقدير لمعدل إهلاك رصيد الإعلان لكل مجموعة. وقد كانت معدلات الإهلاك المستخدمة منخفضة جداً (تتفاوت بين 5% إلى 15%، 37% لمجموعة صناعات الأغذية)، وقد تمثل تأثيرها في خفض معدلات الربح وفي بعض الحالات بدرجة ملحوظة. وقد وجد اياريان أن تعديل رأس المال المستثمر في الإعلان قد أدى إلى نقص ملحوظ في معامل الانحدار لكثافة الإعلان وجعلته غير معنوي إحصائياً في العينة المستخدمة. وهناك عدة نقاط ضعف في دراسات بلوك واياريان يجب ملاحظتها:

أولاً - استخدم بلوك معدل إهلاك لرأس المال المستثمر في الإعلان بحجة أن هذا المعدل من الممكن أن يعكس الاختلافات في العلاقة بين القيمة السوقية والدفترية للمنشأة. ولكن وكما لوحظ بواسطة كومانور وويلسون (1979)، فإن القيمة السوقية للمنشأة لا تتأثر بالإستثمار في الإعلان فحسب بل بالقيمة الحالية لمجموع ريع المحتكر المتوقع مستقبلاً، وعلى ذلك، فإن تبرير بلوك لمعدلات الإهلاك التي استخدمها يعد غير مناسب. في هذا الإطار فإن حساسية معدلات الإنحدار للزيادة في معدلات الإهلاك لجديرة بالاهتمام.

ثانياً - وكما لاحظ كومانور وويلسون فإن تقديرات أياريان لمعدلات الاهلاك تعد غير ناضجة، وعلاوة على ذلك، فهي منخفضة الى درجة غير مقبولة. فالتقديرات المستقلة لبليس Peles (1971) تشير إلى أن معدل الإهلاك في حالة اعلانات السيارات قدره 100% بينما يستخدم اياريان معدل اهلاك قدره 5% لهذه المجموعة السلعية. وفي الدراسات الأخرى

التي تشير إلى وجود تأثيرات رأس المال المستثمر في الإعلان، نجدها تستخدم معدلات اهلاك أعلى من تلك التي اقترحها اياريان. ولذلك ونسبة لحساسية معامل الانحدار الإعلان لمعدلات الاهلاك المستخدمة فإن من الظاهر أن نتائج اياريان ترجع ولو جزئياً لانخفاض معدلات الاهلاك التي استخدمها.

فرصيد الدلائل المتوفرة حالياً يشير إلى استمرار وجود تأثير الإعلان كعائق للدخول حتى بعد تقدير معدلات العائد للتأثيرات الرأسمالية للإعلان. ولكن يبقى الأمر موضع حوار حار وتبقى حساسية النتائج للعوامل مثل الإعلان التنافسي واستخدام بيانات المنشأة ومعدلات الاهلاك المناسبة من المسائل الرئيسية، وهي مشاكل حقيقية في الأساس، وبالتالي فهي قابلة للتحديد تجريبياً من حيث المبدأ، وربما نحتاج إلى بيانات أفضل ولمزيد من العمل التجريبي قبل أن نصل إلى رأي قاطع.

وأخيراً، فمن الممكن أن نعرض باختصار بعض الدلائل التجريبية عن الإعلان كمحدد لتركيز السوق. وبالرغم من أن قدراً كبيراً من البحث قد انصب على هذه القضية[10] في أواخر الستينيات ومطلع السبعينيات)، فيجب ألا نغفل المشاكل التي قد تنجم عن هذه النتائج نسبة لإمكانية وجود علاقة ذات سببية معاكسة (انظر قسم 3-1-6). ومع ذلك، تشير الدراسات الحديثة إلى أن هناك بعض الأدلة للتأثير الموجب للإعلان على التركيز. فقد وجد ستريكلاند وويز (1976) مثلاً، أن كثافة الإعلان تبقى كمحدد معنوي للتركيز (لأربع منشآت) في عينة من 408 صناعة أمريكية في 1963 بعد أن أخذ في الاعتبار السببية العكسية وباستخدام أسلوب المربعات الصغرى ذي المرحلتين. وقد تحصل باجولاتوس وسورينسون (1980/81) على نتائج مشابهة باستخدام عينة من 47 صناعة للغذاء بالولايات المتحدة في (1967) ولكن فشل مارتن (1979) في الحصول على نتائج مطابقة من عينة من 209 صناعة في (1967) وقد تبين لمولر وروجرز Mueller and Rogers (1980) أن كثافة الإعلان كانت محدداً هاماً للتغير في

تــركيــز الســوق في الصنــاعــة الأمــريكيــة في الفتــرة (1072 - 1947). وكان هناك ميـل ملحوظ ودائم لـزيادة التـركيز في صنـاعات سلع المستهلك خلال هذه الفترة. فباستخدام عينة من 167 من صناعات الأربع أرقام وجد مولر وروجرز أن كثافة الإعلان كانت محدداً معنوياً للزيادة في التركيز (لأربع منشآت) وأن كثافة الإعلان من خلال التلفزيون والراديو كان لهما النصيب الأكبر من ذلك التأثير. وبالرغم من أن هذه النتائج تبدو قوية وصلبـة فلم يتمكن آش (1979/80) Asch من الحصول على علاقة معامل انحدار موجب ومعنوي لكثافة الإعلان وذلك عند استخدام مجموعة بيانات مختلفة وفتـرة زمنية أقصر (1972 - 1963).

(6-3) ملخص واستنتاجات: Summary and Conlcusions:

يشير النقاش السابق إلى أن الإعلان بواسطة المنشآت يمكن أن يخلق عدداً من المشاكل المحتملة. فالإعلان التنافسي في أسواق احتكار القلة قد يـزيد إلى درجـة تجعل فيـه ضياعـاً لمـوارد المجتمـع وذلـك عنـدمـا تعـادل الإعلانات المتنافسة أثر بعضها البعض فيتضاءل تأثيـرها على المستهلك أو ينعدم تماماً وقد يؤدي الإعلان في أسواق احتكار القلة أيضاً إلى زيادة التركيز وإعاقة الدخول، فتزيد الأسعار والأربحية. ولذا فالروابط بين الإعلان والتركيز والأربحية خاصة في صناعات سلع المستهلك تشير إلى عدة مسالك لتأثيرات غير مرغوبة.

وقد رأى البعض أيضاً أن للإعلان تأثيرات سلبية عامة على الرفاهية الاقتصادية ففي دراسة قديمة لكالدور (1950)، يرى المؤلف أن الإسراف في الإعلان يتم في الاقتصاد التنافسي بسبب ممارسة إعانة المعلومات الإعلانية للمستهلك. ووفقاً لهذا الرأي يؤدي عدم القـدرة على تحميل المستهلكين بالتكلفة الاقتصادية للإعلان (إعلان التلفزيون مثلاً) إلى الإسراف في الإعلان وبطريقة أعم إلى سوء توزيع الموارد ولقد تصدر تلسر (1966) Telser لهذا

الرأي، فقال أن عدم تحميل المستهلكين بتكلفة المعلومات الإعلانية فيه توفير للموارد وقد يبرر ذلك تقديمها مجاناً (من وجهة نظر الفرد والمجتمع)[20]. وكذلك وكما لاحظ كالدور، فإذا لم يعلق المستهلك قيمة عالية على المعلومات الإعلانية، صار دعم الإعلان واجباً من وجهة نظر المجتمع.

ويجادل ديكسي ونورمان Dixi and Norman (1978) في دراسة حديثة بأنه عندما يساعد الإعلان على زيادة قوة المحتكر، وذلك بإنقاص المرونة السعرية للطب، يكون هناك إسراف في الاعلان من وجهة نظر المجتمع. وفي النموذج المستخدم في دراستهم يغير إعلان المحتكر من أذواق المستهلكين ولكن وبصرف النظر عما إذا كانت الأذواق قبل أو بعد الإعلان قد عوملت كأساس للرفاهية الاقتصادية المناسبة فسيكون هناك مستويات زائدة من الإعلان. وينطبق هذا على أسواق احتكار القلة والتي قد تسودها الإعلانات المتعادلة وكذلك في أسواق المنافسة الاحتكارية حيث تؤدي حرية الدخول إلى الإسراف في الإعلان. وقد انتقد العديد من الكتاب نتائج ديكسي ونورمان بسبب تجاهلهما للآثار الإعلامية أو غير المباشرة للإعلان[21]. وفي نموذج مختلف بعض الشيء لكاتوتز وماتوسون Katowitz and mathew-son (1979) أوضح الباحثان أنه بينما يؤثر الإعلان على قدرة المستهلك على تقويم جودة السلعة، فليس من الضروري أن يؤدي ذلك إلى فقد في الرفاهية الاقتصادية.

وهناك العديد من الآراء حول مفاهيم الرفاهية المتصلة بالإعلان. على الجانب السلبي، تعتبر المعلومات الإعلانية منحازة إلى جانب واحد، وقد تشوش (distort) على قرارات المستهلك الخاص بالشراء. وبما أنها قد تقنع المستهلكين بشراء المنتجات التي لا يرغبون فيها حقيقة، فهي بذلك تعد ضارة اجتماعياً. ويستند هذا الرأي إلى ضعف قدرات المستهلكين على إصدار حكم مستقل على المنتجات بعد الشراء، وهذا لا يعني أن هذه الآراء غير هامة بالنسبة لتقويم الإعلان من وجهة نظر الرفاهية. ومن جهة أخرى،

ينادي آخرون بأن الإعلان يلقى قبولاً اجتماعياً لأنه يـدعم وسائـل الإعلام (الراديو والتلفزيون والجرائد. . . إلخ). والنقاش هنـا، كما هـو حول دعم الإعلان الإعلامي، يثير قضايا حول تكاليف التحصيل المرتبطة، مثلاً: قياس خدمات التلفزيون والراديو، والآراء القـائلة بأن المستهلكين كـأفراد قـد لا يقدرون المكاسب الاجتماعية لوسائل الإعلام. ومن الواضح عموماً، أن فكرة وجود إسراف في الإعلان، وإن كانت مفيدة فلم يتم إثباتها نسبة للطبيعة المعقدة للعوامل المؤثرة. ولذا فليس من الواضح ما إذا كـانت السياسـات العامة (ضرائب على الإعلانات أو قيود) تعد مرغوبة.

لقد رأينا في هذا الفصل أن هناك شواهد للإعتقاد بأن الإعلان يمكن أن يزيد عن القدر المرغوب أو يمكن أن تكون له آثار مضادة للتنافس في بعض الصناعات منفردة، وقد ضمنت بعض الصناعات ذات الكثافة الإعلانية العالية بالجدول رقم (6-1) وفي هذه الحالات، قد يكون من الـواجب أن تراعى وبدقة العلاقـات المتبادلـة بين الإعلان والعنـاصر الأخـرى الخاصـة بالمنافسة بالسوق. وذلك لضمان عدم وجود مؤثرات قوية مناوئة للمنافسة.

ملاحظات: Notes:

(1) انظر واترسون (1982). حوالي 15% من المنصرفات الكلية للإعلان لم يتم انفاقها بواسطة المنشآت الخاصة. منها 11% إعلانات مصنفة تخص الأفراد و 4% إعلانات قامت بها الحكومة، والصناعات المؤممة والهيئات الحيوية.

(2) يمكن تعديل النموذج أيضاً ليأخذ في الاعتبار المؤثرات الحركية على الطلب. اطلع على الدراسة القديمة لـ Nerlove and Arrow (1962) وأيضاً سكمالنس Schmaleness (1972) وهاي وموريس Hay and Morris (1979).

(3) فمثلاً، للصناعات السبع والسبعين والتي يتوفر عنها بيانات في 1968 (انظر جدول 6.1) كان متوسط نسب الإعلان إلى المبيعات حوالي 2.73% وذلك في 29 صناعة لسلع المستهلك مقارناً لـ 0.63%- لصناعات سلع المنتج.

(4) إذا أثرت كثافة الإعلان على التركيز بالإضافة لتأثير التركيز على الإعلان، فإن

استخدام أسلوب المربعات الصغرى لتقدير العلاقة الأخيرة يعطي تقديرات منحازة حتى في العينات الكبيرة، اطلع على سبيل المثال على Maddala (1977) ص 231. في هذه الحالة يمكن الاعتماد على أساليب التحاليل الأخرى التي تأخذ في اعتبارها العلاقة الآنية بين المتغيرين (مثل 2 SLS) والتي تعطي تقديرات أكثر دقة.

(5) هذه النتائج لا تلقى القبول من جميع الكتاب، يمكن الاطلاع على Ornstein (1974) لمزيد من الأدلة المؤيدة.

(6) مسح شامل ومفيد للموضوع مع التركيز على العوامل المناوئة للمنافسة تجده في كوماندر وويلسون (1979). أما وجهة النظر الأخرى والتي تنادي بالإعلان كعامل مساعد للمنافسة فتجده في بروزن Brozen (1974).

(7) بالطبع قد يؤدي عدم استقرار الأنصبة السوقية إلى مصاعب في سياسات التنسيق السعري. وهي من القضايا التي لم تحظ بالبحث الكافي في الدراسات السابقة.

(8) يجب مراعاة أن وجود اقتصاديات الحجم في الإعلان لم تلقى الإعتراف الكامل من المفكرين. للوقوف على بعض وجهات النظر المتعارضة حول هذه القضية اطلع على سيمون (1980)، والرد عليه بواسطة كوماندور وويلسون (1980).

(9) كما لوحظ في القسم (3-1-6) نهتم هنا بإمكانية وجود العلاقة الآنية لأن استخدام أسلوب المربعات الصغرى في هذه الحالة يعطي تقديرات منحازة للعلاقات الحقيقية حتى في حالة العينات الكبيرة. ولا بد هنا من استخدام أسلبيب أكثر تعقيداً.

(10) اطلع على مان (1974) أو أورنستين (1977) لمسح شامل للموضوع.

(11) اطلع أيضاً على تعليقات ستينر (1966).

(12) اطلع على تعليقات Fisher and McGowan و Shapiro (1980).

الفصل السابع
التقدم التقني
TECHNICAL PROGRESS

يهتم هذا الفصل بالأداء الحركي للإقتصاد، وعلى وجه الخصوص، بإسهام التقدم التقني في النمو الاقتصادي. بالرغم من الأهمية الواضحة للتوزيع الكفء للموارد في أي لحظة زمنية، إلا أن الرفاهية الاقتصادية للمجتمع في الأجل الطويل تعتمد على التحسن الكمي والكيفي للسلع التي تنتجها الصناعة. وقد تتحقق مثل هذه التحسينات عن طريق الميكنة وزيادة رصيد رأس المال المستخدم في الصناعة، كما قد تحدث كنتيجة لإزالة الممارسات المقيدة أو تحسينات في مهارات العمال. ولكن بالإضافة إلى ذلك، فإن تطبيق المنتجات والعمليات الجديدة والأفضل في الصناعة من شأنها أن تسهم إسهاماً هائلاً في التنمية الاقتصادية، ومثل هذا التقدم التقني هو موضع اهتمامنا هنا.

ويمكن عمل العديد من التمييزات المفيدة في دراسة التقدم التقني. التمييز الأساسي يكون بين تطويرات العملية الإنتاجية وتطويرات المنتج. فتطويرات العملية تتضمن تقديم عمليات أو تقنية جديدة، وتكون مجسدة في المعدات الجديدة المستخدمة في الإنتاج. ومثل هذه التطويرات تخفض التكاليف الحقيقية لإنتاج السلع، كما أنها قد تدفع بتغيرات في طبيعتها من جهة أخرى، فتطويرات المنتج تكون مرتبطة مباشرة بالتغيرات في طبيعة المنتجات المعروضة للبيع، وتؤدي مثل هذه التطويرات (عندما تكون ناجحة) إلى زيادة الرفاهية الاقتصادية[1].

ومن ناحية عملية، يعد قياس إسهام التطويرات العملية في النمو الاقتصادي أكثر سهولة، على الأقل طالما أدى ذلك إلى زيادة في الإنتاجية، عن قياس تطويرات المنتج والتي تعد أكثر صعوبة ولذلك يتم تجاهلها عند حساب النمو الاقتصادي. ومن الواضح أن تطويرات المنتج قد كان لها أهمية رئيسية في التغيير الاقتصادي، خاصة في السنوات الأخيرة، وعليه، فقد لا تعكس معدلات النمو المقررة وبدرجة كافية التغيرات في الرفاهية الاقتصادية التي حدثت نتيجة لهذه التطويرات.

التمييز الثاني يكون بين عدة مراحل للتقدم التقني. وتقسم عادة إلى ثلاث: الإختراع (invention) والتجديد (innovation) والإنتشار (diffusion)

أولاً ـ فالمرحلة الأولية في تطوير المنتج أو العملية هي الاختراع. عندما يتم تطوير فكرة جديدة واحتمال انتاج نموذج أولي منها (prototype)، وفي بعض الظروف قد تشتمل هذه المرحلة على بعض الأبحاث الأساسية حول مبدأ علمي جديد، إلى جانب تطوير فكرة بهدف تطبيقها تجارياً.

ثانياً ـ تأتي مرحلة التجديد، وتقوم فيها المنشأة بمزيد من التحسينات وتطور المنتج لإطلاقه تجارياً. وفي هذه المرحلة يدمج التطور التقني مع الخبرات التسويقية والإدارية التنظيمية حيث تجاهد المنشأة من أجل إخراج منتج جديد وناجح وذروة هذه الجهود تأتي مع تقديم المنتج إلى السوق بواسطة المنشأة المجددة.

ثالثاً ـ يتبين للمنشآت الأخرى جدوى التجديد فتتبنى هي الأخرى أو تقلد المنتج أو العملية موضع الاعتبار، فيتم الانتشار ومن وجهة نظر الرفاهية الاقتصادية من الواضح أهمية تشجيع جميع مراحل التقدم التقني الثلاث، وسوف نهتم في هذا الفصل بدراسة العوامل التي تسرع أو تبطيء من هذه المراحل الثلاث للتقدم التقني.

ولكن، وقبل أن ننتقل إلى هذه القضايا. نجد أن من المفيد أولاً أن نتناول بعض السمات العامة للتقدم التقني في التطبيق. وللتبسيط، ندرس بيانات مصروفات البحث والتطوير (يشار إليها فيها بعد بـ R & D) في بريطانيا عام 1978 وقد قدرت بـ 3.5 بليون أو 2.4% من الناتج القومي الإجمالي (G N P). ولكن حوالي ثلث

هذه المصروفات كان، غير صناعي قامت به الحكومة والجامعات ومؤسسات البحوث[2]. وقد قدر الإنفاق الإجمالي للصناعة على (R & D) في (1978 بـ 2.3 بليون، منها 2.2 بليون قد انفقت في الصناعة التحويلية. وهذه المصروفات والتي تمثل 1.6% من (GNP)، هي محل اهتمامنا الأساسي في هذا الفصل[3]

وهناك عدة ملاحظات حول هذه المصروفات:

أولاً ـ وخاصة في بعض الصناعات، يكون جزء هائل من مصروفات الصناعة على (R & D) ممولاً من الحكومة. ففي (1978) مثلاً، كان (0.7) بليون أو (29%) من مصروفات الصناعية على (R & D) ممولاً بواسطة الحكومة بالإضافة إلى (0.2) بليون مموله من الخارج و (1.4) بليون أساساً من الصناعة الخاصة. ويمكن تبرير الإسهام الهائل للحكومة بالمخاطر التي يكتنفها الإنفاق على (R & D) والتي تؤدي إلى نقص في الاستثمار في البحث بواسطة الصناعة الخاصة (ارجع للمبحث 7.1). ولكن وبالإضافة إلى ذلك فإسهام الحكومة مرتبط باشتراك (involvement) الحكومة في الإنفاق على صناعات الإنتاج الدفاعي، وبالتالي توفير تلك السلعة العامة. وتوضح هذه النقطة وإلى حد ما في الجدول رقم (6.1) ويعرض قائمة بالصناعات التحويلية وفقاً لنسب الإنفاق على (R & D) إلى المبيعات. وكما يتضح، فإن أغلب النشاط البحثي تبعاً لهذه النسبة قد تم في صناعة الفضاء لكن، أعلى مستويات التمويل الحكومي المتضمنة هنا (وغالباً في المكونات الإلكترونية أيضاً) مرتبطة وبصفة أساسية بالدفاع.

ثانياً ـ يتباين الإنفاق على (R & D) بدرجة كبيرة بين الصناعات وبين المنشآت، ويميل لأن يكون تركيز كبير في كل حالة. ويوضح الجدول رقم (7-1) الصناعات ذات الإنفاق المرتفع نسبياً على (R & D). وكما يلاحظ، فهناك صناعتان بالإضافة، صناعات الفضاء والمكونات الإلكترونية، تتميز بالإنفاق العالي وهي الحاسبات الإلكترونية والمنتجات الدوائية. وفي كلتا الحالتين نجد أن الإنفاق على (R & D) يمول أغلبه أو كله بواسطة المنشآت، ويميل لأن يكون له تركيز كبير في كل حالة. ويوضح الجدول رقم

جدول رقم (7-1): الإنفاق على البحث والتطوير كنسبة مئوية من المبيعات في صناعات مختارة * ببريطانيا 1978.

الصناعة	الإنفاق/ المبيعات (٪)	الإنفاق المحول (٪)	نسبة التركيز (٪)
الطائرات	18.5	5.7	77
الحاسبات الإلكترونية	16.1	13.2	70
المنتجات الدوائية	10.4	10,4	40
السلع الكهربائية المختلفة	2.5	2.0	32
الكيماويات	2.1	2.0	67
آلات كهربائية	2.0	1.5	50
معدات علمية	1.8	1.6	35
المطاط الصناعية	1.8	1.8	45
آلات النسيج	1.7	1.6	45
الطلاءات	1.6	1.6	39
السيارات	1.4	1.4	64
آلات أخرى	1.2	1.2	38
أسلاك معزولة	1.2	1.1	82
أدوات منزلية كهربائية	1.0	1.0	57
الفخار، والصيني، والزجاج	1.0	1.0	52
مكونات الكترونية	12.1	4.8	59
جميع الصناعات التحويلية	1.6	1.1	43

المصادر:

الإنفاق والتوظف في البحث والتطوير الصناعي 1978 موجبه الأعمال (HMSO, 1980) MO 14 جدول رقم ١٩، وتقرير إحصاء الإنتاج، 1978: جداول التلخيص. وموجة الأعمال PA 1002 (HMSo, 1981) جدول ١٣.

ملاحظات:

(a) صناعات تزيد فيها نسبة الإنفاق على البحث والتطوير إلى المبيعات عن (1%) في 1978.

(a) نسبة تركيز (بالتوظف) لخمس منشآت، وقد استخدم متوسط مرجح لنسبة التركيز (بالتوظف) للمجموعات من الصناعات.

(c) استبعدت الصناعات التي يسودها القطاع العام من هذه الأرقام.

بإنفاق عالي على (R & D)، لكن حتى هذه الصناعات تقوم بنشاط بحثي أكثر من الكثير من الصناعات التي لم تظهر بالجدول. وتميل الصناعات التقليدية ذات التقنية غير المتقدمة مثل النسيج ، والغذاء والسلع المعدنية ، ومنتجات أخشاب البناء (غير موضحة) لأن يكون لها نسب منخفضة جداً من الإنفاق على (R & D) إلى المبيعات.

ويوضح الجدول رقم (7-2) تحليلاً لأكبر المؤسسات وفقاً للإنفاق على (R & D) في (1978). وكما يتضح، فإن 90% من الإنفاق الكلي على (R & D) يرجع إلى أكبر 100 منشأه، وأن هذه المنشآت قد استخدمت 88% من العمالة المرتبطة بـ (R & D) بل وأكثر من ذلك، نجد أن أكبر خمس منشآت قد انفقت 40% من مجموع انفاق الصناعات الخاصة على (R & D). وكما يلاحظ من الجدول (7-2) بأن التمويل الحكومي يعد ذا أهمية هائلة هنا.

جدول رقم (7-2): توزيع أكبر 100 مؤسسة ببريطانيا وفقاً لأحجام منصرفاتها على الأبحاث والتطوير، 1978.

أكبر المؤسسات	منصرفات على الأبحاث والتطوير (بملايين الجنيهات الإسترلينية)		حجم العمالة في الأبحاث والتطوير (بالآلاف)
	المجموع	تمويل غير حكومي	
أكبر 5	857.6	358.9	65.8
أكبر 10	1092.4	552.0	85.6
أكبر 20	1389.1	785.8	105.0
أكبر 50	1726.1	1089.2	131.7
أكبر 100	1902.5	1251.1	147.5
الصناعة[a]	2117.9	1456.7	168.0

المصدر:

الإنفاق والعمالة في الأبحاث والتطوير بالصناعة 1978، جدول 16.

ملاحظات:

(a) المجموع التقديري للصناعة الخاصة.

وأخيراً، فالجدول (7-1) يقدم أيضاً أرقام نسب تركيز التوظف لخمس منشآت لعام ١٩٧٨ وذلك لمجموعة الصناعات ذات الكثافة البحثية العالية وفي المتوسط للست عشرة صناعة موضع الدراسة هنا، كانت نسبة التركيز 15% مقارناً لمتوسط جميع الصناعات التحويلية والبالغ (43%) ويشير ذلك إلى وجود ارتباط موجب بين الإنفاق التناسبي على (R & D) وتركيز سوق المنتج الذي وجد عادة في الدراسات التجريبية (القسم 2-2-7). وقد وجد ما يؤيد هذه النتيجة في الانحدار الخطي البسيط التالي (قيم t بين الأقواس).

$$Y = -0.15 + 0.03X \qquad r^2 = 0.190$$
$$(-0.26) \quad (2.51)$$

وفي هذه المعادلة (Y) تمثل الإنفاق على (R & D) الممول بواسطة المنشآت الخاصة بالنسبة إلى المبيعات و (X) هي التركيز لخمس منشآت في 29 صناعة أو مجموعة صناعية (فيما عدا مشاهدتين عن المنشآت الممولة هما: الحاسب الإلكتروني والمنتجات الدوائية). وكما يلاحظ فهناك ارتباط موجب بين نشاط الـ (R & D) والتركيز وهو ارتباط معنوي عند مستوى (5%)[4].

إلا أن من الواجب ترجمة هذه النتائج بعناية. فقد تعكس النتائج تقدماً تقنياً أكبر في الصناعات الأكثر تركيزاً، وقد يرجع ذلك مثلاً إلى أن الصناعات ذات الفرص التقنية الأكبر وبالتالي نسبة أكبر للإنفاق على (R & D) تميل لأن تكون أكثر تركيزاً. وقد يحدث ذلك إذا ما كانت فرص التقنية العالية مرتبطة إيجابياً في المتوسط مع اقتصاديات الحجم العالية نسبياً (التي تجيز التركيز العالي). ومن الواضح ضرورة محاولة فصل هذه التأثيرات الممكنة، وسوف يناقش هذا الأمر أكثر في القسم (2-2-7).

فيما يلي نتناول ثلاثة مفاهيم للتقدم التقني. ويقدم مبحث (1-7) نظرة شاملة ومختصرة عن اقتصاديات الاختراع وينظر بصفة خاصة في المشاكل التي تنشأ عند انتاج فكرة جديدة أو سلعة في اقتصاد السوق ثم يتناول مبحث

(7-2) الصلات بين الاختراع والتجديد وهيكل السوق ويناقش أثر الاحتكار على التقدم التقني. وأخيراً، يتناول مبحث (7-3) انتشار التقنية الجديدة.

(7-1) اقتصاديات البحث: Economics of Research:

نبدأ بدراسة موجزة عن بعض الاقتصاديات الأساسية للبحث أو نشاط الاختراع الذي يعتبر عنصراً انتاجياً خاصاً جداً على الأقل لسببين: **أولاً** - بسبب المستوى العالي من اللايقين المرتبط بها، **وثانياً** - لأن إنتاجها (أي المعلومات) له صفة السلعة العامة. وقد رأى البعض، وخصوصاً أرو (1962) بأن هذا العامل يولد مشكلات لتقديم البحوث لاقتصاديات السوق الحر، ونناقش فيما يلي أسباب ذلك.

لنبدأ بمشكلة اللايقين. ينشأ اللايقين في الحالة الخاصة للإستثمار في نشاط الاختراع، لأن الإنتاج الذي يمكن الحصول عليه باستخدام الموارد في مشاريع بحوث جديدة لا تكون معروفة مسبقاً. إذاً، فمن المحتم أن تكون هناك مخاطرة مرتبطة بالبحث وعليه فمن الضروري أن يكون هناك من يتحمل هذه المخاطرة - وكما يشير أرو (1962)، فالحل الأمثل في إطار «باريتو» هو أن توزع هذه المخاطر على أعضاء المجتمع بحيث يؤخذ في الاعتبار موارد وتفضلات الأفراد بالنسبة للمخاطر. ولكن، ليس من المحتمل الحصول على مثل هذه النتيجة، فمن الضروري إذاً الاعتماد على آلية غير تنافسية لتمويل المخاطرة.

وأحد طرق التعامل مع مخاطر البحوث هو أن تقوم المنشأة بجمع المال من سوق رأس المال، وبذلك تتوزع المخاطر على عدد كبير من أعضاء المجتمع وسيكون مثل هذا المنهج مرغوباً اجتماعياً طالما أنه يتيح للأفراد جميعاً التعبير عن تفضيلاتهم بالنسبة لمشاريع الأبحاث ذات المخاطر. ولكن أموالاً قليلة جداً قد جمعت لمشاريع الـ (R & D) مباشرة من أسواق رأس المال، لذا بتفضيلات الأفراد تعمل فقط بأسلوب غير

تنافسي والسبب الرئيسي لذلك، وفقاً لأرو، هو مشكلة الخطر الأدبي (moralhazard) حيث تكون الدوافع للقيام بالبحوث الناجحة غير مستقلة عن المخاطر المتولدة في حالة النشاط الاختراعي، وإذا أمكن تمويل الـ (R & D) كلية من سوق رأس المال بحيث لا تتحمل المنشأة وقسم الأبحاث بها مخاطر الفشل، فسوف يقلل ذلك من الدافع لإنتاج منتج جديد أو عمليات بصورة فعالة وناجحة. وعلى ذلك، وحتى يتثنى تقديم دوافع لنشاط بحثي كفء، فإن المنشأة ذاتها تتحمل المخاطرة. ولكن كلما تحملت المنشأة قدراً أكبر من المخاطر قلت القدرة على توزيع المخاطر على المجتمع ككل. ولما كانت أرصدة المنشآت محدودة، فهذا يعني أن من المحتمل أن تخصص أرصدة غير كافية للبحوث مقارنة بما تتطلبه مستويات «بارتو» للكفاءة.

ولكن قد يمكن حل هذه المشكلة، في المؤسسات الكبيرة التي تقوم بعدد من مشاريع الأبحاث، سعة كل منها صغيرة بالنسبة لحجم المنشأة. في هذه الحالة يمكن للمنشأة الكبيرة وبطريقة أسهل أن تؤمن نفسها ضد الفشل بأن تجعل المخاطر مشتركة بين المشاريع بحيث تعادل مشاريع الأبحاث الناجحة المشاريع الفاشلة. وإلى جانب ذلك ففي بعض المشاريع، قد تشارك منشآت مستقلة بمواردها من أجل القيام بالبحث في مجال ذا فائدة مشتركة، وبالتالي تنقص من المخاطر. ومن الواضح أن هذه الآثار قد تكون هامة من ناحية عملية لكن من المحتمل مرة ثانية أن تقدم حلاً غير تام: أولاً ـ فهي تنطوي على أساليب للمشاركة الجزئية في المخاطر، وثانياً ـ لأن المنشآت الكبيرة قد يكون لديها بعض الدوافع الاحتكارية للحد من الاختراع والتجديد (كما سيأتي في مبحث 7-2). وعليه، فقد يثبت مرة ثانية أن جهاز السوق لا يعد الأداة الكافية لتشجيع المستويات المرغوبة من البحوث، وقد يكون هناك مجال للعمل الحكومي الإيجابي نحو دعم النشاط البحثي.

وكما أكدها ديمسيتز (1969) في نقاشه لدراسة أرو، فالرأي القائل بأن المنشأة الخاصة تميل إلى الإقلال من الاستثمار في البحوث لا يعني أن

تدخل الحكومة أمر مرغوب. فمن الواضح أن تعريف عدم الكفاءة المتوقعة يمثل نصف القصة، وبالإضافة إلى ذلك، يجب أن يثبت أن هناك بديلاً اقتصادياً حقيقياً (في هذه الحالة، تمويل حكومي للأبحاث) يعطي أملاً في تحسن مستوى الكفاءة. وسوف يأخذنا نقاش التدخل الحكومي كبديل بعيد جداً، بالرغم من أهميتها الأساسية. ويعتمد ذلك على الاعتقاد في قدرة الحكومة على التوقع السليم وعكس تفضيلات الأفراد بالنسبة لمخاطر النشاط البحثي فليس من بين الدول الأوروبية من تعتمد على السوق كلية في نشاطها البحثي ويعكس ذلك الإجماع على وجهة النظر القائلة بأن السوق الحر سوف يميل إلى الإقلال من الاستثمار في النشاط البحثي المتميز بالمخاطرة.

والمفهوم الثاني للنشاط البحثي والذي يتطلب العناية هو منتج البحث ذاته أي المعلومات. فقد جادل أرو وآخرين بأن هذا المنتج يحمل خصائص السلعة العامة بمجرد انتاجه، الأمر الذي يولد المشاكل لاقتصاد السوق مرة ثانية. والخصائص ذات الصلة هنا هي: **أولاً** ـ عدم القدرة على الاستثناء في الاستهلاك، **وثانياً** ـ عدم المنافسة في الاستهلاك. فيما يختص بعدم الاستثناء في الاستهلاك، يؤكد أرو الصعوبة المتصلة بإقرار حقوق ملكية المعلومات، طالما أنها وبمجرد إنتاجها يصبح بالإمكان إعادة إنتاجها عند تكلفة قليلة أو دون تكاليف. فقد تحاول المنشأة بالطبع أن تحتفظ بسرية المنتج الجديد أو اختراعات العملية، ولكنها وفي سبيل ذلك قد تصبح غير قادرة على استغلالها بالكامل. وعلاوة على ذلك، فإن المحافظة على الأسرار الصناعية يعد أمراً في غاية الصعوبة نسبة لوجود الدوافع للتجسس الصناعي وما إلى ذلك، وكذلك لأن في بعض الحالات (كما في حالة المنتج الكيماوي الجديد) من المحتمل أن تكون بعض المعلومات مضمنة في المنتج.

ويعد منح براءة الفكرة أو الاختراع بمثابة أسلوب بديل، وذلك بإصدار حقوق ملكيته القانونية للمخترع أو صاحب الفكرة. ويمتاز هذا الأسلوب بإتاحة الفرصة للمنشأة صاحبة البراءة بأن ترخص للمنشآت الأخرى حق

استخدامه. ومن عيوبها أنها تكشف الاختراع أو الفكرة، مما يشجع تفتت حق الملكية أو سرقته برمته. فمن المهم التعرف على المشاكل العملية التي تجانبه المحافظة على حقوق الملكية والأفكار عن طريق إصدار البراءات، ولكن دون المبالغة في هذه الأهمية. ففي إحدى الدراسات عن نظام البراءات في بريطانيا مثلاً، يرى الدارس أنه بينما كان الانتهاك هو المشكلة بالنسبة للبراءات الضعيفة، فإنها لم تكن كذلك بالنسبة للبراءات القوية ذات الأهمية الكبيرة من الناحية التجارية (Taylor and Siblerston, 1973, pp. 20 22). إذا سوف يمكن الإقلال من المشكلة المحتملة لعدم الاستثناء وذلك إذا ما تم التحكم في انتهاكات البراءة.

أما مشكلة عدم المنافسة في استهلاك المعلومات أو عدم قابليتها للتقسيم فإنها تولد مشكلات مختلفة. فعدم المنافسة في الاستهلاك تعني أن توفير المعلومات لأحد الأشخاص لا ينقص من القدر المتوفر للأشخاص الآخرين وعليه فإذا تجاهلنا تكلفة نشر المعلومات، فإن تكلفة الفرصة البديلة (للمجتمع) لتقديم معلومات موجودة أصلاً تساوي صفراً، ومن المرغوب اجتماعاً توفير الأفكار الجديدة والمخترعات لكل من يطلبها مجاناً. ولكن في الاقتصاد الحر حيث تكون حقوق ملكية الاختراع مكفولة، فيوجد الدافع على الاختراع أساساً لأن بمقدور المخترع أن يقيد استخدام اختراعه حتى يحصل على ريع المحتكر. وعليه، فطالما سمح هذا النظام باحتكار المنتج أو العملية الجديدة، فسيكون هناك استخدام دون المستوى الأمثل اجتماعياً للإختراع.

ومن الواضح، أن نظام البراءات الذي يضمن احتكار استخدام إختراع معين لمدة محدودة (٢٠ سنة في بريطانيا زادت من ١٦ سنة في قانون البراءات لسنة ١٩٧٧) يمثل تسوية بين الحفاظ على الحافز على الاختراع والسماح بالإستخدام التام للإختراع بمجرد انتهاء مدة البراءة. ويعد مثل هذا النظام عفوياً وغير ناضج، حيث يقدم كما سبق احتكاراً لأجل محدد لاختراعات ذات طوابع مختلفة وتحت ظروف مختلفة جداً. والتبرير الأساسي

لها في الدول الغربية هو، أن تقديم الحافز القوي للإختراع، يغذي التقدم التقني والنمو الاقتصادي، وأن مثل هذا الكسب في الكفاءة الحركية لجدير بأن يفوق الفقد الساكن في الرفاهية الناجم عن براءة الحقوق. وليست هذه الحجة إقراراً بالإيمان بالفكرة، بالرغم من أن القليل من الاقتصاديين مستعدون في ذات الوقت الإذعان بأن التغيرات الجذرية للنظام قد تكون مرغوبة[5].

(7-2) التقدم التقني والمنافسة:

Technical Progress and Competition:

والآن ننتقل إلى دراسة أكثر عمقاً للتقدم التقني في اقتصاد السوق وبالأخص نفحص الصلات الممكنة بين الاختراع والتجديد وهيكل السوق. القضية الرئيسية هنا تتعلق بالتأثير الممكن للهياكل الاحتكارية والتنافسية للسوق على نشاط الاختراع وبالتالي على الرفاهية الاقتصادية. هل يقدم سوق المنافسة حافزاً أكثر للإختراع عما تقدمه السوق الاحتكارية؟ أو هل يكون المحتكرون أكثر رغبة وقدرة على انتاج اختراعات جديدة من المنشآت التنافسية؟ في الأقسام التالية (7-2-1), (7-2-2) سنقدم بعض محاولات الإجابة على هذه الأسئلة. كذلك فقد يتأثر التقدم بحجم المنشأة والتجمع التنويعي (conglomerate diversification) بالإضافة إلى القوة السوقية الممكنة، وتناقش هذه العوامل باختصار في القسم (7-2-3).

(7-2-1) هيكل السوق والحافز على الاختراع:

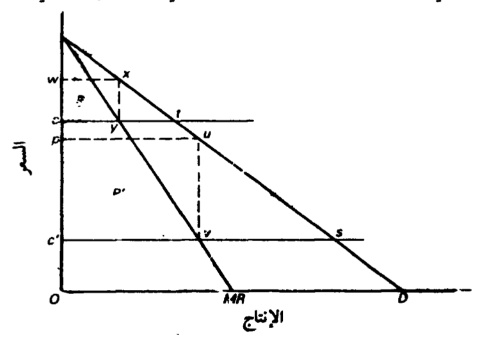
Market Structure and Incentive to Invent:

يناقش هذا القسم تحليل أرو (1962) للإختراع. يرى أرو أن حوافز الاختراع (أو بأسلوب أعم، تقديم اختراع جديد)[6] تكون أقوى في الصناعة التنافسية مما هو عليه في الصناعة المحتكرة، وبذلك فإن من المحتمل أن يعطل المحتكر التقدم التقني بالإضافة لما يتضمنه وجوده من فقد ساكن في الرفاهية. وبالمقابل لهذا الرأي، يرى ديمسيتز (1969) أن الاحتكار لا يولد

عوائق إضافية للإختـراع، وقد يؤدي فعـلاً للمزيـد من الاختراعـات. ومن الواضح أن هناك بعض الاختلاف في طريقة التحليل هنا، وسوف نناقش كلا الرأيين.

نبدأ بتحليل أرو (1962). يناقش أرو حالة مبسطة لاختراع عملية في صناعة ذات تكلفة ثابتة. وأيضاً وللتبسيط، فإنه يتجاهل المشاكل الممكنـة لـلايقين وعدم منـاسبة الاختـراع. وفي صناعـة تنـافسيـة، يتسـاوى السعـر والتكاليف المتوسطة في توازن الأجل الطويل، فالإختراع يؤدي إلى انتقال منحنى متوسط التكاليف إلى أسفل. ويفترض هنـا أن يتمكن المخترع من تحصيل ريع عفوي على الوحـدة المنتجة من كـل المنشآت في الصنـاعة التنافسية نظير استخدامهم لاختراعه. ومن وجهة أخرى، ففي حالة المحتكر يفترض أن المنشآة المحتكرة فقط هي التي يمكن أن تخترع، وأن المحتكر يضع الإيراد الحدي مساوياً للتكاليف الحدية في كلتـا الحالتين قبـل وبعد الاختراع. إذاً فالحافز على الاختراع يمكن تعريفه كالأرباح الممكنة والتي تعود على المخترع أو المحتكر من الاختراع.

وقد تناول أرو حالتين: الأولى تتصل باختراع يؤدي إلى نقص هائل في التكاليف. وفي الشكل (7-1) ، إذا كانت (D) هي المنحنى الخطي لطلب



الشكل رقم (7-1)

السوق و (C) تكلفة الوحدة قبل الاختراع، إذاً فالصناعة التنافسية ستضع السعر مساوياً لـ (C)، أما المحتكر فسوف يضع الإيراد الحدي (MR) مساوياً لـ (C)، فيتحدد السعر بـ (W) والأرباح مساوية للمساحة (P) = W × YC . ففي أعقاب ظهور اختراع جديد يخفض التكالف بدرجة كبيرة، فإن تكاليف الوحدة تنخفض إلى (C′).

(1) في حالة المنافسة، يحصل المخترع على ريع على الوحدة المنتجة قدره (r) من المنشآت لتعظيم أرباحه. وينطوي هذا على تقييد إنتاج المنافسة إلى مستوى تساوي (MR) و (C′) فيكون أقصى ربح مساوياً للمساحة PUVC′ = (P′) وذلك عندما يكون ريع المخترع مساوياً لـ (PC′) للوحدة. وعليه فستضع الصناعة التنافسية السعر (P) وستدفع للمخترع ريعاً كلياً مساوياً للمساحة (P′). وسوف يكون المخترع راغباً في الاستثمار في الاختراع إذا كانت تكاليف الاختراع أقل من (P′).

(2) في حالة الاحتكار، يضع المحتكر (MR) مساوية لـ (C′)، ومرة ثانية يتحدد السعر (P) وتكون أرباحه مساوية لـ (P′) ولكن الحافز على الاختراع الآن هو (P′ - P)، أي أن هناك أرباحاً إضافية عائدة على الاختراع. وبما أن (P′ - P) أقل من (P′) فهناك حافز أقل للإختراع تحت الاحتكار عنه في حالة المنافسة. وفي إطار ظروف الطلب والتكاليف المعطاة، يجادل أرو بأن بإمكان المخترع في حالة المنافسة أن يحصل على ريع إجمالي مساوٍ لربح المحتكر عقب الاختراع، وبالتالي فالحافز على الاختراع في حالة المحتكر أقل وذلك لأن أباحه قبل الاختراع مساوية لـ (P).

أولاً ـ سوف يكون الحافز على الاختراع تحت المنافسة وتحت الاحتكار، أقل من العائد على المجتمع في حالة الاختراع الذي يخفض التكاليف بدرجة كبيرة. والحجة هنا أن في حالة مثل هذا الاختراع

يحصل المخترع على كل أرباح المحتكر أي ما يساوي المساحة (PUVC′) = (P′) من ريع الوحدة (PC′) وبما أن السعر انخفض إلى (P)، فإن المستهلكين يحققون زيادة في فائضهم مساوية للمساحة (Ctup) وحيث أن المخترع لا يمكنه الحصول على هذا الفائض بأن يطالب المنتجين بريع، فإن الحافز على الاختراع يكون أقل من الكسب الاجتماعي الكلي المتحقق في حالة المنافسة ولذلك فهناك بعض الاختراعات التي لم تخرج إلى النور والتي كان المستهلكون مستعدون لدفع ريعها للمخترعين. لذلك وفي إطار نظام الريع للوحدة من المنتج بعض مخترعات خفض التكاليف سوف لا تتم بسبب عجز المخترع عن الاستحواذ الكلي على فائض المستهلك. ولكن لا تنشأ هذه المشكلة في حالة الاختراعات التي لا تخفض التكاليف إلى درجة كبيرة، فعندما لا ينخفض السعر، فسوف لا يبقى فائضاً للمستهلك لم يستحوذ عليه المخترع.

ثانياً ـ أن الكسب الاجتماعي الذي يمكن تحقيقه كنتيجة لانخفاض التكاليف بمقدار (CC′) يساوي مساحة (Ctsc′) في الشكل (1-7) وسوف تتحقق هذه المكاسب فقط لو أن الاختراع قد وفر مجاناً للصناعة التنافسية، بحيث ينخفض السعر التنافسي إلى (C′). لذا فنظام دفع الريع للمخترع لكل وحدة منتجة يعد غير كفء من ناحيتين، أولاً: يؤدي دفع الريع إلى الحد من استخدام الاختراع وذلك بسبب ما ينتج من ذلك من حافز للمحتكر على الاختراع. ويتصل هذا بالفقد الصافي في الرفاهية المتمثل في المساحة (uvs) في الشكل (1-7). ثانياً ـ طالما كان أي اختراع تقل تكلفته عن المساحة (ctsc′) يعتبر مقبولاً اجتماعياً، فإن بعض الاختراعات المرغوبة رغم ارتفاع تكاليفها سوف لا تنفذ وذلك إذا كانت المساحة (PWVC′) = (P′) تمثل أقصى ريع يمكن للمخترع الحصول عليه. ولكن يجب ملاحظة أن كلتا الحجتين تفترض أن المحتكر يطبق ريعاً بسيطاً على الوحدة المنتجة. ففي وجود نظام أكثر تعقيداً للريع غير الثابت للمخترع، فقد يزيد استخدام الاختراع والمقدار الكلي للريع المدفوع، مما يخفف من هذه المشاكل. هذه

الحلول وإن أدت إلى توزيع أكثر كفاءة للموارد، فإنها أيضاً تزيد من نصيب المخترع في الفوائد وقد يكون في ذلك سبب للإهتمام المتعلق بتوزيع الدخل.

يوضح الشكل (7-2) الحالة الثانية لأروو الخاصة بالإختراع الذي يخفض التكاليف بدرجة متوسطة. في هذه الحالة تنخفض التكاليف من (C) إلى (C′).

(1) في حالة التنافس، يمكن للمخترع أن يضع الريع (CC′)، حيث أن زيادة الريع عن هذا القدر تجعل الاختراع غير مجد للمنشآت التنافسية ويكون الريع الإجمالي مساوياً للمساحة (Cabc′).

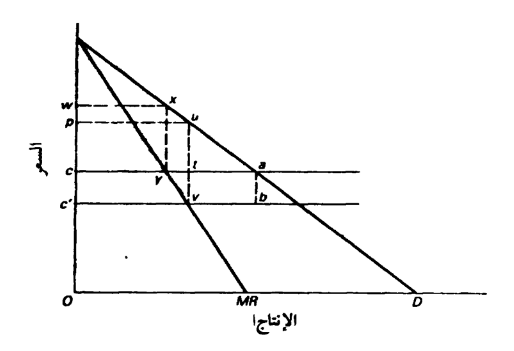
(2) وبالمقابل، يضع المحتكر (MR) مساوية لـ (C′) (كما سبق) بعد أن يخرج الاختراع إلى الوجود، وتكون الأرباح مساوية للمساحة (puvc′) والحافز على الاختراع يكون مساوياً للفرق (Puvc′ - W × YC) كما سبق فالحافز على الاختراع أقل تحت الاحتكار للأسباب التالية:

(a) المساحة (w × yc) تفوق المساحة (putc) لأن المساحة الأولى هي أقصى مساحة أسفل منحنى الطلب (أقصى ربح حيث أن C = MR = MR) عندما تكون تكلفة الوحدة مساوية لـ (C).

(b) المساحة (Cabc′) تفوق المساحة (Ctvc′) بالمعاينة.

إذاً فالحافز الإضافي للإختراع تحت المنافسة هو المساحة + tvba] [(w × yc – putc). ويوضح أرو أيضاً أن نسبة الحافز تحت المنافسة إلى الحافز تحت الاحتكار (التي يزيد عن الواحد الصحيح دائماً) تزيد كلما قلت قدرة الاختراع على خفض التكاليف، وبحد أعلى يمكن تقريبه بالنسبة (x_c/x_m) لإنتاج المنافسة إلى إنتاج المحتكر. ولذلك فالإختراعات التي تخفض التكاليف بقدر قليل، تكون وعلى وجه الخصوص أجدى بكثير تحت المنافسة عنها تحت الاحتكار.

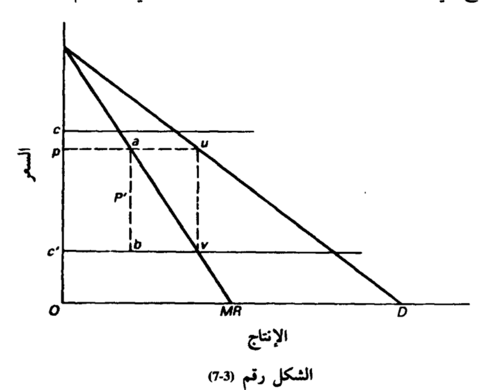
لقد انتقد تحليل أرو لحافز الاختراع تحت المنافسة والاحتمار بواسطة ديمسيتز (1969) الذي يرى أن أرو قد فشل في عقد المقارنة السليمة، وبالإضافة إلى ذلك، فقد ساق أرو حالة لعدم التماثل وقد افترض أن مخترعاً خارجياً (مستقل) يمد الصناعة التنافسية بإنتاجه أما المحتكر فقد افترض فيه أن يقوم بإنتاج احتياجاته من الاختراعات[8]. وقد تناول ديمسيتز حالتين والتي يمكن وللتبسيط تصويرها بافتراض نقص كبير في تكلفة الإنتاج.



شكل رقم (7-2)

أولاً ـ لقد قدم ديمسيتز حالة يفترض فيها أن المخترع يقوم بإمداد كل من الصناعة التنافسية وتلك المحتكرة باختراعاته، ويفترض كذلك أن المخترع مقيد بقوانين تنظيمية أو بمنافسة من مخترعين آخرين مما يضطره لتحصيل الريع على الوحدة المنتجة بكل من الصناعتين. فإذا كان هذا الريع مساوياً لـ (PC') في الشكل (7-3)، إذاً فالريع الكلي المدفوع تحت المنافسة تمثله المساحة (P' = Puvc')، ونصف هذا القدر في الصناعة المحتكرة حيث يمتد إنتاج المحتكر فقط إلى نقطة تقاطع (Pu) و (MR). وبينما يعني ذلك

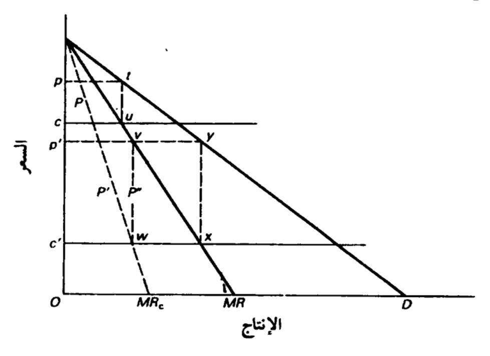
وجود حافز أكبر على الاختراع في الصناعة التنافسية، فإن ديمسيتز يجادل بأن هذا الاستنتاج لا يكاد يختلف عن النتيجة الاعتيـادية لـلإحتكار، أن المحتكـر سوف يستأجـر الاختراع، كغيـره من عناصـر الإنتاج، إلى حـد معين يتفق ومحدودية مستوى الإنتاج. وحتى يرى إن كانت هناك عوامل مثبطة للإختراع في الصناعة المحتكرة بالإضافة لهذا التأثير الاعتيادي يرى ديمسيتز ضرورة مقارنة صناعات متساوية الحجم. ويمكن انجاز ذلك بتعريف (D) كمنحنى طلب الصنـاعة المحتكـرة و (MR) كمنحنى طلب الصناعـة التنافسيـة، بحيث تنتج كلتا الصناعتين نفس المستوى في وجود تكلفة الوحدة المعـطاة. فإذا كانت (PC′) هي ريـع المخترع للوحدة المنتجة، فإن كلتا الصناعتين ستنتج عند تقاطـع (Pu) و (MR) ويكون الـريع الإجمـالي المدفـوع متساويـاً في الحالتين وتمثله المساحة (Pabc′) إذاً فليس هناك من فرق بين الحافز على الاختراع في الصناعتين بشرط أن تكونا متساويتين في الحجم.



الشكل رقم (7-3)

ثانياً - يرى ديمسيتز أن هناك حافزاً أكبر للمخترع إذا كان يمد صناعة محتكرة بإنتاجه عما لو كان يمد صناعة تنافسية ذات حجم مماثل وذلك إذا

لم يكن مقيداً بتحصيل نفس الريع للوحدة في كل من الحالتين ففي الشكل (7-4)، (MR) هو منحنى الطلب للصناعة التنافسية بينما (D) هو منحنى الطلب للصناعة المحتكرة، بحيث (كما سبق) يكون الإنتاج متساوياً في الحالتين عند تكلفة معينة للوحدة.



الشكل رقم (7-4)

(1) ففي وجود منحنى الطلب التنافسي (MR)، يصبح أفضل ما يمكن للمخترع عمله هو أن يضع ريعاً للوحدة (P' C') بحيث تتساوى (C') مع (MR_c) ويكون الريع الإجمالي مساوياً للمساحة (P' = P' vwc').

(2) وفي وجود منحنى طلب الصناعة المحتكرة (D) يكسب المحتكر أرباحاً مساوية للمساحة (P" = P'yxc) بعد الاختراع إذا لم يكن عليه دفع ريع على الوحدة للمخترع، ويكون الحافز للإختراع هو (P" - P).

حيث أن المساحة (P = Ptuc) تمثل أرباح ما قبل الاختراع. ويعتبر هذا بمثابة الحافز للمحتكر إذا ما قام بالإختراع، أو أن يقوم المخترع بتحصيل قيمة ثابتة ومساوية لهذا المقدار كريع على اختراعه. ويتضح من

الشكل أن حافز الاختراع في حالة المحتكر يفوق الحافز في حالة المنافسة إذا كانت المساحة (vyxw) تزيد عن المساحة (Ptuc) وينطبق ذلك على حالة منحنيات الطلب الخطية، لأن المستطيل (vyxw) له عرض أكبر وطول أكبر. وعليه، فقد استنتج ديمسيتز أن الاحتكار يقدم حافزاً أكبر على الاختراع، عند مقارنة صناعات ذات أحجام متساوية، ولذا فيمكن القول بأن هذا العامل قد يعادل المأخذ الاعتيادي على الاحتكار بسبب تقيده للإنتاج.

فأي استنتاج إذا يمكننا الخروج به من هذين الرأيين المتعارضين. فبالرغم من صحة الأسلوب التحليلي لديمسيتز، إلا أنه ليس من الواضح إن كان هذا التحليل مفيداً من ناحية تطبيقية كما هو الحال بالنسبة لتحليل أرو أم لا. وفقاً لأرو التحرك من صناعة محتكرة إلى التنافس (بصفة عامة عن طريق سياسة خفض التركيز)، سوف لا يؤدي إلى كسب ساكن في الرفاهية في شكل زيادة في الإنتاج فقط، ولكن يؤدي أيضاً إلى زيادة الحافز على الإختراع، فمشاريع البحوث التي لم تنفذ تحت الاحتكار قد تنفذ تحت المنافسة. وبذلك، وفي هذا الإطار يقدم الحافز الأكبر للإختراع تأييداً إضافياً لسياسة المنافسة. ولكن وفقاً لديمسيتز أن هذه الحجة يمكن أن تنعكس إذا ما قورنت صناعات ذات أحجام متساوية. فمن وجهة نظر ديمسيتز، إن المرء يهتم بدرجة أقل بتأثير السياسة في الحالات الفردية عما هو الحال بالنسبة للحوافز العامة للإختراع، مع أخذ هيكل الأسواق في الاعتبار. ولكن ليس من الواضح إن كان ذلك يمثل موقفاً سياسياً معقولاً إلا إذا كان هناك تعهد بعدم الدخول في سياسات المنافسة. تحت هذه الظروف ولقبول طريقة ديمسيتز لمقارنة صناعات ذات أحجام متساوية، فقد نستنتج أن الحافز على الاختراع الموجود تحت ظروف الاحتكار. وهذا لا يؤثر على حجة أرو بأن التحرك من الاحتكار إلى المنافسة تحت سياسة تنافسية سوف يزيد من الإنتاج وأيضاً من الدافع على الاختراع[9].

(7-2-2) هيكل السوق والتجديد:
Market Structure and Innovation:

يعد الجدل حول الحوافز على التجديد أحد أجزاء النقاش الأعم عن التقدم التقني وهيكل السوق. فقد يكون للمخترع حافز أكبر على الاختراع لصناعة تنافسية (إذا ما قبلنا حجة أرو)، ولكن لا يعني ذلك أن الصناعة التنافسية أكثر مساعدة للتقدم التقني عن الصناعة المحتكرة. وفي الحقيقة فقد أورد شومبيتر Schumpeter (1965) في كتابه الذي يعد أساساً للكثير من البحث في هذا المجال عكس هذا، ففي رأيه أن القوة الاحتكارية والحجم الكبير للمنشأة من المحتمل أن يساعد على الابتكار والتقدم التقني عن ظروف السوق التنافسية، ولذا فقد ولد هذا الرأي سبباً للدفاع عن الاحتكار و/أو الحجم الكبير للمنشأة.

وفيما يلي، نناقش الحجج المؤيدة (والمعارضة) للقوة الاحتكارية والحجم الكبير للمنشأة كأساس للتقدم التقني[10]. نناقش القوة الاحتكارية في هذا القسم، بينما نناقش العوامل الأخرى الممكنة باختصار في القسم (7-2-3).

لقد تضمنت الدراسات السابقة العديد من أسباب تفوق الهياكل السوقية المركزة في المساعدة على التقدم التقني.

أولاً - فطالما ارتبطت أرباح المحتكر بتركيز السوق، فإن المنشآت في الصناعات المركزة تكون أكثر قدرة على تمويل الـ (R & D) عن المنشآت في الصناعات التنافسية. وتركز هذه الحجة على أن البحث والتطوير ينطوي على مخاطرة وتمول من أموال داخلية فضلاً عن تمويلها من أموال يتم الحصول عليها من سوق رأس المال، ولأسواق احتكار القلة التي تكفل أرباحاً غير عادية مصدر حاضر لهذه الأموال قد لا يتوفر للمنشآت في سوق أكثر منافسة. وبالتالي فمن المتوقع أن تقوم الصناعات الأكثر تنافساً بقدر قليل

من البحوث من جانبها أو ألا تقوم بالبحث إطلاقاً، بينما تملك صناعات احتكار القلة وعلى أقل تقدير الأموال اللازمة لمشاريع الـ (R & D) الممكنة. وقد لقيت مشكلة نقص الأموال اللازمة للبحوث في الصناعات التنافسية بعض الإعتراف الذي انعكس وعلى سبيل المثال في مجال الزراعة، حيث يقوم قدر كبير من الأبحاث بتمويل من الحكومة.

ثانياً ـ (وهو أيضاً أحد العوامل في الأسواق التنافسية كما في الزراعة)، فقد يكون هناك اقتصاديات حجم في نشاطات البحوث التي تعطي ميزة للمنشآت الكبيرة. وعندما يوجد حد أدنى للمستوى الكفء من البحث فقد لا يكون مجدياً لمنشآت مستقلة في السوق التنافسية أن تقوم بالبحث والتطوير بكفاءة. وفي بعض الظروف قد تحل هذه المشكلة بالمشاركة في الجهود البحثية، ولكن قد لا يكون هذا الحل ممكناً دائماً بسبب المشاكل المالية التي سبق الإشارة إليها والمرتبطة بالمنشآت الصغيرة التنافسية وأيضاً التكاليف الباهظة لتنظيم البرامج المشتركة للأبحاث. فمع ثبات العوامل الأخرى المؤثرة، قد تكون المنشأة الكبيرة في السوق المركز أكثر قدرة على القيام بالـ (R & D) على أساس الكفاءة، وفي بعض الظروف، بالطبع، فقد تلجأ المنشآت في الصناعات المركزة إلى المشاركة في الموارد بالنسبة لمشاريع الأبحاث الخاصة الخطيرة ذات التكلفة العالية. وفي الحقيقة، فقد يكون من المرغوب اجتماعياً أن يتم تجنب تكرار البحوث المضيع للموارد. ويمكننا الآن أن نلاحظ إمكانية تمتع المنشآت في الصناعات المركزة بميزة الحجم في الأبحاث بالنسبة للمنشآت في الصناعات التنافسية.

وقد تكون هناك ميزات أخرى ممكنة للمنشآت في أسواق احتكار القلة.

أ ـ قد تكون المنشآت التي تحقق أرباح المحتكر في موقف أفضل بالنسبة لحماية براءات اختراعاتها عن المنشآت في الصناعات الأكثر تنافساً وبالتالي فقد يكون لها حافز أكبر على البحث.

ب ـ تعد عملية الابتكار السريع للسلع والعمليات الاستراتيجية هامة ليس فقط بالنسبة للمنشآت المتنافسة القائمة ولكن أيضاً بالنسبة لإحباط إمكانية دخول منشآت جديدة. فقد تقوم المنشآت بالصناعات المركزة بأبحاث أكثر حتى تقاوم المنافسة الحقيقية والممكنة.

ج ـ وأخيراً، فمن المحتمل أن تتمكن المنشآت التي تحقق ربح المحتكر في الصناعات المركزة من إغراء باحثين أكثر تأهيلاً وبالتالي يمكنهم زيادة و/أو تطوير إنتاج أبحاثهم للوحدة من الموارد. فإذا كان هناك رصيد ثابت للكفاءات البحثية، فمن المتوقع أن يكون هذا التأثير معوقاً للتوزيع الأمثل للموارد من وجهة نظر المجتمع، فسوف يتم إغراء الباحثين للعمل بالقطاعات المحتكرة والتي قد لا تنفذ أفضل المشاريع البحثية من وجهة نظر المجتمع.

ويمكن كذلك تقديم العديد من الحجج المناوئة لوجهة النظر القائلة بأن القوة الاحتكارية تساعد على الابتكار.

أ ـ قد تحقق المنشأة المحتكرة وتصبح غير كفء وتفشل في أن تستحوز على الفرص البحثية و/أو في أن تدير برامج بحثية كفأه بالمقارنة بالمنشآت في الظروف الأكثر تنافسية. فالفكرة العامة عن الركود (Leiben-stcin, 1966) في الأسواق المركزة توحي بأن الأسواق عالية التركيز قد تقدم ابتكارات أقل.

ب ـ قد يكون للمنشآت بالأسواق المركزة حافز أقل على التجديد أو الابتكار، كما سبق نقاشه في القسم (7-2-1). والسبب وفقاً لأرو هو قلة الأرباح الإضافية التي تنتج عن الابتكار للمحتكر. والحجة ذات الصلة هنا، هي أن المنشآت التي تتمتع بوضع احتكاري قوي قد تدرس تكاليف تزويد صناعاتهما بالمعدات اللازمة لمواكبة الابتكارات الممكنة وبالتالي فقد تقاوم تطوير الابتكارات الرئيسية التي تطلب مثل هذا التجديد في المعدات. وبناء على هذه الحجة، فقد تنحرف موارد الأبحاث إلى ابتكارات غير رئيسية، وتطوير الشكل (كما في صناعة السيارات) بدلاً من استغلالها في أبحاث

رئيسية مفيدة، أو قد يشتري المحتكر البراءات الجديدة التي تتطلب تغييراً جذرياً في الإنتاج ويتكتم عليا لنفس الأسباب. ومن المتوقع أن تكون هذه التأثيرات مهمة فقط عندما تكون هناك عوائق الدخول تحمي المنتج المحتكر من المنافسة الممكنة.

وبصفة عامة فإن النقاش أعلاه يوحي بأن الصناعات المحتكرة قد تكون لها حافز أكبر على الابتكار عن الصناعات الأكثر تنافساً، وبالرغم من ذلك فقد تكون في وضع أفضل من ناحية موارد البحث والتمويل للقيام بالنشاطات البحثية.

وقد يعني هذا أن بعض المزج بين الاحتكار والمنافسة هو الأفضل للمساعدة على الابتكار، أي أن التركيز المعتدل في بعض الأسواق يفضل الـ (R & D) والإبتكار بينما المنافسة الشديدة أو الاحتكار (خاصة في وجود عوائق عالية للدخول) تؤدي إلى نقص في النشاط البحثي. وهذه الافتراضية واحدة من كثير من الفرضيات التي تم نقاشها في الدراسات السابقة، لكننا سوف لا نقتصر انتباهنا عليها فيما سيلي:

لقد رأينا في بداية هذا الفصل أن نشاط الـ (R & D) يميل إلى الارتباط الموجب مع تركيز السوق في القطاع العرضي للصناعات، وكما لوحظ هناك، فقد يرجع ذلك إلى عوامل مثل الفرص التقنية التي تميل إلى تفضيل الأبحاث الأكثر تكثيفاً والأسواق الأكثر تركيزاً. ولذلك، فهذا الارتباط قد لا يعكس العلاقة السببية من التركيز إلى نشاط الـ (R & D). وقد مثل ذلك مشكلة تجريبية هامة في البحث في هذا المجال، وتناقش فيما يلي بعض محاولات حلها.

من المحاولات المبكرة التي بذلت لأخذ أثر الاختلافات في الفرص التقنية بين الصناعات في الاعتبار قام بها شيرر Scherer (1967). فقد تفحص توظيف العلماء والمهندسي في 56 من الصناعات بالولايات المتحدة في 1960 آخذاً في الاعتبار أربع مجموعات من الفرص التقنية[12] وباستخدام الإنحدار

اللوغارتمي المتعدد أمكنه الحصول على المعادلة المقدرة الآتية (قيم t بين الأقواس).

$$\begin{aligned} \ln Y = & -0.36 + \underset{(8.45)}{0.93} \ln X_1 + \underset{(3.33)}{0.80} \ln X_2 + \underset{(1.12)}{0.27E} \\ & + \underset{(3.00)}{0.51Ch} - \underset{(-3.72)}{0.4T} - \underset{(-0.08)}{0.01D_1} + \underset{(1.00)}{0.10D_2} - \underset{(-1.00)}{0.09D_3} \\ R^2 = & \ 0.805. \end{aligned} \qquad (7\text{-}2)$$

في هذه المعادلة (Y) تمثل تقديراً لتوظف العلماء والمهندسين في البحوث ذات التمويل الخاص، و (x_1) هي التوظف الإجمالي (x_2) متوسط (مرجح بالمبيعات) لنسبة التركيز لأربع منشآت في (1958). وبالإضافة إلى ذلك فقد أخذ سكيرر في الاعتبار الفرص التقنية في الصناعات الكهربائية (E) والكيمائية (ch) والتقليدية (T) (وقد حذف مجموعة رابعة للصناعات العامة والآلية، بالإضافة إلى ثلاث متغيرات إضافية ($D_1 - D_3$) وتمثل الأسواق الإقليمية والسلع المعمرة وسلع المستهلك على التوالي[13]، وتوضح المعادلة (7-2) أنه كان هناك نشاط بحثي أكبر ومعنوي في الصناعات الكيمائية ونشاط بحثي أقل ومعنوي في الصناعات التقليدية بالمقارنة بالصناعات العامة والآلية، كما هو متوقع. ولذا فإن تمييز سكيرر بين هذه المجموعات من الصناعات قد لقي التأييد من هذه البيانات، ولكن حتى بعد السماح للفرص التقنية على هذا النحو. فإن التركيز لا يزال يرتبط إيجابياً مع نشاط البحوث في المعادلة (7-2) وهذه النتيجة تعتبر معنوية إحصائياً عند مستوى أفضل من (1%)، إذن فقد شوهد ارتباط موجب وقوي بين الجهود البحثية وهيكل السوق.

وبالطبع، يخضع هذا الاستنتاج إلى الطريقة التي عامل بها سكيرر الفرص التقنية، كذلك فقد وجد سكيرر أن الارتباط الموجب بين النشاط

البحثي والتركيز كان أضعف بكثير عند استخدام الإنحدار المتعدد الخطي العادي حيث كان التأثير معنوياً عند مستوى (10%) أو أعلى. وبالرغم من احتمال انتقاد سكيرر لتفضيله هذه الصيغة الأخيرة، إلا أنها قد أتاحت له اختيار إمكانية العلاقة ذات الشكل (U) المقلوب بين نشاط البحوث والتركيز. وقد تم الاختبار لمثل هذا التأثير في المجموعات التقنية العامة والآلية والتقليدية فلم تكن معنوية إحصائياً عند مستوى (5%)، إلا في حالة صناعات السلع التقليدية. ولكن في كلتا الحالتين، فإن التوظف النسبي في الأبحاث قد بدى متناقصاً إلى ما يقرب من مستوى التركيز لأربع منشآت (55%)، وقد تقدم هذه النتائج بعض التأييد لوجهة النظر القائلة بأن الدرجات المعقولة من احتكار القلة تعطي الأمل في نشاط بحثي كبير، ولكن في الإطار العام لدراسة سكيرر من الواجب اعتبارها مؤقتة. الدراسة الثانية قام بها كومانور (1967 a) ويجادل بأن القدر الأكبر من البحوث التي تتم في الصناعة توجه إلى تطوير المنتج فضلاً عن العملية، ومن ثم فمن الواجب اعتبار التمييز السلعي كعامل أساسي في النشاط البحثي ويرى أن بالإمكان تقسيم الصناعات إلى تلك التي يعتبر فيها التمييز السلعي المبني على تصميم المنتج مهما (وبالتالي يكون النشاط البحثي فيها أكيد) وتلك التي لا يعتبر فيها هذا التمييز مهماً. وقد صنف السلع الاستثمارية وسلع المستهلك المعمرة تتبع المجموعة الأولى، وعناصر الإنتاج وسلع المستهلك غير المعمرة لتتبع المجموعة الأخيرة. وباستخدام هذا التمييز وجد أن النشاط البحثي كان أكبر في صناعات التمييز السلعي. ولكن هناك أدلة ضعيفة على أن النشاط البحثي في هذه الصناعات كان يزيد مع التركيز.

وهذه نتيجة مثيرة، لأنها تدل على أنه في الصناعات التي يكون فيها تنافس على سلع جديدة لا يوجد فيها ميزة لدرجة التركيز. ومن جهة أخرى فقد تبين أن هناك أدلة قوية على أنه في الصناعات التي تقل فيها أهمية التمييز السلعي هناك علاقة موجبة بين النشاط البحثي والتركيز، وكما لوحظ مومانور، فإن الفرص التقنية لم تؤخذ في الحسبان في هذا الإنحدار،

ولأنها تميل الى أن تكون مرتبطة إيجابياً مع التركيز فلا بد من بعض الحظر عند القول بأن هناك علاقة بين البحث والتركيز في هذه الصناعات.

وقد قدم شريفز Shrieves (1978) دراسة متكاملة عن كثافة البحوث وتركيز السوق آخذاً في الاعتبار كل من مواصفات السلع والفرص التقنية في تحليل الانحدار. وتستخدم هذه الدراسة بيانات التوظف في الـ (R & D) في (1965) لعينة من 411 منشأة صنفت إلى 56 صناعة من مجموعة الثلاث أرقام بالولايات المتحدة. وقد قلصت المؤشرات المتنوعة لمواصفات السلع والفرص التقنية باستخدام تحليل العوامل (factor analysis) إلى عاملين لسوق المنتج وخمسة عوامل تقنية. وباستخدام الانحدار اللوغارتيمي المتعدد وبعد أخذ هذه العوامل في الاعتبار وجد شريفز علاقة موجبة بين الـ (R & D) ونسبة التركيز لأربع منشآت وهي علاقة معنوية إحصائياً عند مستوى (5%). وبالإضافة إلى ذلك، أوضحت نتائجه وجود نشاط بحثي أكبر في المجالات التي تسودها تقنيات العلوم الحياتية (تميل المنشآت إلى توظيف علماء الأحياء، والأطباء، والصيادلة. . . إلخ). وقد اتضح المزيد من التحليل، وفقاً لمواصفات سوق المنتج عن وجود علاقة موجبة ذات معنوية عالية بين كثافة البحوث والتركيز في الصناعات التي تنتج سلع المستهلك، وعناصر الإنتاج المادية، ولكن لم تكن العلاقة معنوية في حالة الصناعات التي تنتج المعدات المعمرة والتي تتميز بارتفاع كل من التركيز وكثافة البحث والتطوير في المتوسط. وتتفق هذه النتائج بصفة عامة ودراسة كومانور بل وتقدم دعما أقوى لأهمية صفات سوق المنتج عما جاء بنتائج كومانور. ويرى شريفز أن العلاقة الموجبة بين البحوث والتركيز في صناعات سلع المستهلك ومواد الإنتاج قد تعكس سهولة محاكاة الإبتكارات في هذه الصناعات التي تقلل من الحافز على الابتكار في حالة المنشآت الصغيرة التنافسية مقارنة بحالة منشآت إحتكار القلة التي يمكنها تحقيق قدر أكبر من منافع المنتج الجديد أو العملية الجديدة.

ويمكن التنويه بالعديد من الدراسات الأخرى باختصار. فإحدى

مشكلات الدراسة عاليه هي عدم القدرة على التأكد عند تناول القطاع العرضي للصناعات المختلفة ذات الصفات المختلفة، عما إذا كان هناك تحكم كافٍ في التباين في التقنية، لكي تقدم نتائج ذات معنى تربط بين نشاط البحوث وهيكل السوق. إحدى الطرق الممكنة لتلافي هذه المشكلة هي أن يقارن نشاط الـ (R & D) والتركيز للصناعة الواحدة في عدة بلدان. وذلك مثلاً بمقارنة نسب نشاط الـ (R & D) وكذلك التركيز أيضاً في بلدين، وبذلك يتم التحكم الفعال في الاختلافات بين الصناعات، بفرض أن الصناعات متماثلة جداً. إحدى الدراسات التي تستخدم هذا المنهج، ولكن بحجم محدود للعينة قام بها آدمز Adams (1970)، فقد طابق بين (14) صناعة في كل من الولايات المتحدة وفرنسا في الستينيات فوجد ارتباطاً سالباً بين الـ (R & D) والتركيز في الصناعات ذات البحوث المكثفة، أما في الصناعات الأخرى فلم تتضح طبيعة العلاقة، إلا أن آدمز لم يستخدم أية اختبارات إحصائية، وكانت بياناته والتحليل الذي أجراه محدوداً مما لا يساعد على الخروج بأي استنتاجات محددة. إلا أن فشله في الحصول على أدلة للعلاقة الموجبة بين نشاط البحوث والتركيز قد يشير إلى ضرورة التحفظ بالنسبة للنتائج الأخرى.

ثانياً ـ تناول روزنبرج Rosenberg (1976) في دراسته تأثير النصيب السوقي بالإضافة إلى تركيز السوق على كثافة البحوث. وباستخدام عينة من 100 من بين أكبر 500 منشأة بالولايات المتحدة في (1964) قام بتقدير معادلة انحدار نسبة توظيف المهندسين في الـ (R & D) إلى إجمالي التوظف (Y)، على المتوسط المرجع لنصيب السوقي لكل منشأة لمجموعة الأربع أرقام (X_1)، ومتغير للعمل في الصناعات ذات التركيز فوق المتوسط (C)، ومن المتغيرات المستقلة الأخرى التي أُدخلت، (D) متغير عائق الدخول، (X_2) وتمثل الفرصة التقنية العالية، (X_3) وتمثل التمويل الحكومي الكبير لـ (R & D)، و (X_4) وتمثل نمو الصناعة في الفترة (1958-1963) وقد حصل على المعادلة المقدرة الآتية (قيم t بين الأقواس).

$$Y = 0.66 - 0.10X_1 + 1.15C + 1.18D + 1.51X_2 + 3.55X_3 + 0.31X_4$$
$$(1.19)\quad(-2.52)\quad(2.05)\quad(1.82)\quad(1.85)\quad(3.23)\quad(2.78)$$
$$R^2 = 0.447 \qquad (7\text{-}3)$$

ويتضح من المعادلة (7-3) أن كثافة البحوث تزيد بزيادة التركيز وتنقص مع زيادة النصيب السوقي، وكلتا النتيجتين تعتبر إحصائياً معنوية عند مستوى (5%). ولذا، فيبدو أن هناك مبادلة بين التركيز والنصيب السوقي، فالمنشآت الكبيرة جداً في الأسواق ذات تركيز معين تكون غير ملائمة للنشاط البحثي. وفقاً لروزينبرج، هذه النتيجة تتسق مع حالة المنشآت الرائدة في الصناعة، والتي تكون مستعدة لتقليد الإبتكارات الجديدة بسرعة بدلاً عن القيام بإنتاجها. لكن من الواجب أن نلاحظ (بصورة عامة) أن المنشآت بعينة روزينبرج ذات متوسط الأنصبة السوقية الأقل سوف تميل إلى أن تنوع إنتاجها بين الصناعات أكثر مما هو الحال بالنسبة للمنشآت ذات الأنصبة الأكبر. وكما سيوضح في القسم (7-2-3) فإن عامل التنوع هذا قد يعطي تفسيراً بديلاً لنتائج روزينبرج.

وتميل الدلائل المتوفرة عن هيكل السوق وكثافة البحوث إلى تأييد رأي شمبيتر بأن هذه المتغيرات بينها ارتباط موجب، ولكن العلاقة قد تكون معقدة، وعلاوة على ذلك، فقد تكون متغيرة بين الصناعات. وبالإضافة إلى ذلك، فيجب أن نعرف أن في كثير من الصناعات يتحدد التركيز في غالب الأمر بالظروف الأساسية للسوق مثلها مثل النشاط البحثي، ولذلك فإن أي ارتباط بين هذه المتغيرات قد لا يكون سببياً[14] أو قابلاً للمعالجة من وجهة نظر السياسة العامة. وقد توحي الدلائل التي رصدت في هذا القسم بوجود بعض الأسباب للدفاع عن الصناعات المركزة بسبب إسهامها الإضافي في التقدم التقني، ولكن هناك حاجة لمزيد من الدراسات (النظرية التجريبية) قبل أن نتمكن من تأييد هذا الرأي.

(7-2-3) افتراضات أخرى: Other Hypotheses:

إن إمكانية وجود علاقة بين تركيز السوق والنشاط البحثي ليست العلاقة

الوحيدة التي تم اختبارها في الاقتصاد الصناعي. فسنقدم في هذا القسم وباختصار فرضيتين إضافيتين تتلخصان في أن النشاط البحثي سيكون له ارتباط موجب بحجم المنشأة وأنه يرتبط ارتباطاً موجباً أيضاً بالتجمع المتنوع.

ويختلف الرأي القائل بأن حجم المنشأة في حد ذاته يساعد على الإبتكار التقني عن ما جاء بدراسة سكمامبيتر (1965) (انظر أيضاً جالبريث 1963). وهناك العديد من الأسباب لوجود مثل هذه العلاقة:

أولاً ـ عندما نتناول مجموعة فروض الابتكار، نجد أن من الواضح أن بعضها يحتاج إلى استثمارات كبيرة لتنفيذها. في هذه الحالات، قد يصبح الابتكار ممكناً فقط للمنشآت الخاصة كبيرة الحجم والتي يمكنها الحصول على الأموال الضخمة اللازمة.

ثانياً ـ بما أن نشاط البحوث والتطوير (R & D) ينطوي على المخاطرة، فسيكون للمنشآت الكبيرة ميزة على الصغيرة إذ بإمكانها تنويع مشاريع بحوثها وبالتالي تقليل مخاطر الفشل في هذه الأبحاث. وفي ذلك كما لوحظ في القسم (7-1) ما يسمى بالتأمين الذاتي ضد المخاطر في المؤسسات الكبيرة، أي أن بإمكان هذه المؤسسات أن تقوم بأبحاث أكثر نسبياً بينما تتحمل مخاطر أقل.

ثالثاً ـ فقد يكون للمنشآت الكبيرة ميزات في مجالات أخرى، مثل الخبرة الإدارية، الخدمات القانونية أو التسويق والتي يمكنها من استغلال أفضل للإبتكارات الجديدة. وقد تمتد هذه الميزات إلى المقدرة على خدمة سوق أكبر عن تلك التي تخدمها المنشأة الصغيرة، وبالتالي تزيد من قدرة المنشأة الكبيرة على تحصيل الريع على الابتكار. وقد تنطبق هذه الحجة على الحالات التي يكون فيها مشكلات تحصيل ريع المحتكر على الابتكار و/أو تكون تكلفة المبادلات الخاصة برخص استخدامه عالية نسبياً.

وبالطبع، فإن هذه الحجج تعد أولية، وقد لا يكون الأمر أكثر من أن المنشآت الكبيرة بطيئة في استجابتها لفرص الابتكار، وأن تصبح معامل

البحوث ذاتها خاضعة للبيروقراطية وعدم القدرة على الإبداع في المنشآت الكبيرة. وقد تم قدر كبير من البحوث التجريبية عن هذه القضايا، والتي لا يمكن مناقشة تفاصيلها هنا[15]. وبدلاً عن ذلك سوف نكتفي بالتنويه عن بعض الإستنتاجات التي خرجت عن هذه الدراسات.

أولاً ـ لو إننا تناولنا أكبر المنشآت بالاقتصاد، لوجدنا أن هذه المنشآت تقوم بجهود بحثية غير متناسبة مع أحجامها. ففي بريطانيا وفي عام (1978) نجد أن المنشآت التي توظف أكثر من 5000 تمثل 89% من التطور في (R & D) في المنشآت التي توظف أكثر من 200 وتمثل 58% فقط من التوظف في الصناعة كلها، ومن بين المنشآت الكبيرة جداً في بريطانيا، بحجم عمالة أكثر من 20,000 كانت هذه النسبة 66% و 32% على التوالي[16]، وبالمثل في الولايات المتحدة (انظر سكيرر 1980 ص 418) تمثل أكبر المؤسسات الأمريكية والتي توظف أكثر من 5000 في (1972) نحو 53% من التوظف في الصناعة الأمريكية، ولكن 87% من انفاق ذي التمويل الخاص على (R & D)، تزيد هذه النسبة إلى 89% عندما تضاف (R & D) ذات التمويل الحكومي. ولذلك فهذه الأرقام تشير إلى أنه من وجهة نظر مبدئية، فالمنشآت الكبيرة وعلى وجه الخصوص تكون مساعدة على الابتكار. ولكن من الواجب الحذر عند ترجمة هذه الأرقام.

أ ـ حيث أنها تتصل بمدخلات البحوث فضلاً عن إنتاجها، فقد لا تعكس على وجه الدقة إسهام المنشآت الكبيرة في التقدم التقني. ويكون ذلك مثلاً، إذا كانت المنشآت الصغيرة تقوم بنشاط (R & D) بطريقة أكثر تحرراً من قيود الرسميات عن المنشآت الكبيرة وبالتالي تميل إحصاءات الـ (R & D) إلى الأنقاص من قدر نشاطها البحثي. وكذلك، فمن الممكن أن يكون هناك فرق عيني، فتميل المنشآت الصغيرة إلى التركيز على الاختراع والتطوير الأولي وتميل المنشآت الكبيرة إلى التركيز أكثر على التطوير ذي التكلفة العالية بهدف الاستغلال التجاري. وقد تكون المنشآت الكبيرة أيضاً دون الكفاءة في استخدامها لموارد البحوث بحيث يبالغ استخدامها

الغالب لعناصر الإنتاج لـ (R & D) في إسهامها في الابتكار وجميع هذه العوامل تستوجب بعض الحذر قبل أن تسوق الاستنتاج بأن المنشآت الكبيرة قد تعين على الابتكار.

ب ـ لا تعطي الأرقام التجمعية أي إشارة إلى أهمية حجم المنشأة في حد ذاته في تشجيع الابتكار. فإذا كانت المنشآت الكبيرة تميل إلى العمل في صناعات تتميز بفرص تقنية كبيرة أو بقوة سوقية، فقد تكون هذه العوامل مسئولة عن بعض الزيادة في جهودها البحثية. ومرة ثانية إذا كانت المنشآت الكبيرة تميل لأن تكون أكثر تنوعاً (كما هي الحالة فعلاً) إذاً فقد يمكن ربط تفوقهما في النشاط البحثي بهذه الحقيقة. ولذا فمن الواضح أن اعتبار العلاقة الخام بين البحث والحجم يعد غير كافٍ لتحديد ما إذا كان الحجم في حد ذاته يولد ميزة الابتكار.

ثانياً ـ توحي الدراسات الأكثر تفصيلاً والتي تمت في الولايات المتحدة أساساً بأن داخل القطاعات الفردية ليس هناك ميل عام لتزايد جهود الابتكار مع زيادة حجم المنشأة. فمثلاً، وجد كومانور (1967) في عينة من 387 منشأة في (1960) أن العمالة في البحوث قد زادت بمعدل يقل عن معدل زيادة كل العمالة في سبع من الـ 21 مجموعة صناعية، ولم يشاهد على الإطلاق تأثير موجب ومعنوي للحجم. وقد وصلت دراسات أخرى إلى نفس النتيجة إلا أن بعض الدراسات قد أفردت صناعة الكيماويات وعلى وجهة الخصوص حيث تزيد فيها نشاط البحوث بأكثر من تناسبي في المنشآت الكبيرة[17] كما ميز بعض الكتاب نقطة حرجة للتأثير، فتزيد كثافة البحث كلما زاد الحجم إلى أن تصل إلى حجم متوسط ثم تنخفض بعد ذلك أو تبقى دون تغيير. ولكن عموماً فقد فشلت الأدلة المتوفرة لتقديم التأييد العام للتأثير الموجب لحجم المنشأة على نشاط الابتكار.

وأخيراً، فيمكن أن نعرض باختصار الفرضية الثانية، القائلة بأن نشاط الابتكار قد يكون مرتبطاً بالتنوع التجميعي. ووفقاً لهذه الحجة فنشاط البحوث أمر لا يقيني والإنتاج المتولد من البحوث قد يأخذ شكل فلتات

(spin-offs) والتي تستخدم في اتجاهات مختلفة. فالمنشآت المتنوعة تعمل في عدد من الأسواق وهي لذلك قادرة على استغلال الابتكار الجديد في محاولات مختلفة. وبناء على ذلك فمن المتوقع أن يكون للمنشآت المتنوعة حافز أكبر على الابتكار عن المنشآت المتخصصة، وبالتالي فإنها تقوم بنشاط بحثي أكثر.

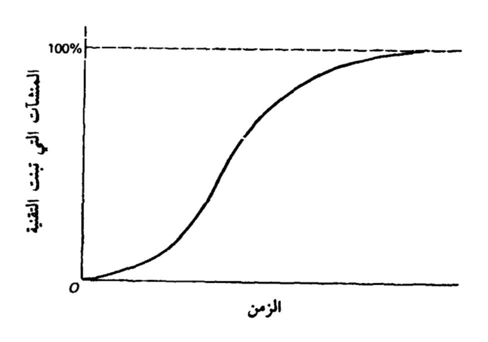
وكما لوحظ في القسم (7-2-2) في دراسة روزنبرج والتي تربط بين النشاط البحثي الكبير والمنشآت ذات النصيب السوقي (في المتوسط) في بعض الصناعات، قد تعكس مثل هذا التأثير حيث أن مثل هذه المنشآت ستكون في المتوسط أكثر تنويعاً للإنتاج. وعلاوة على ذلك، فقد أشار جرابوسكي Grabowski (1968) إلى أن التنويع له تأثير موجب ومعنوي على كثافة الإنفاق على (R & D) في صناعات الكيماويات والأدوية في الولايات المتحدة في الفترة (1959-1962) (وليس الأمر كذلك في صناعة البترول). ولسوء الحظ فقد تعكس هذه العلاقة في الحقيقة سببية عكسية، فالتنويع الزائد قد ينتج عن النشاط الابتكاري الأكثر لبعض المنشآت وليس العكس. وكما سنشاهد في الفصل التاسع فهناك دراسات سابقة تسير في خطوط متوازية فتستخدم كثافة (R & D) كمحدد للتنويع التجميعي، ويؤجل المزيد من نقاش هذه القضية إلى الفصل التاسع.

(7-3) انتشار التقنية الجديدة: Diffusion of New Techniques:

وأخيراً نلتفت إلى المرحلة الثالثة من التقدم التقني وهي الانتشار. وقد نظرت معظم الدراسات في هذا المجال إلى سرعة انتشار التقنية الجديدة في الصناعة ونركز اهتمامنا على ابتكارات هذه العملية. فالعمليات والتقنيات الجديدة يتم تطويرها وبالتحديد بواسطة صناعات السلع الرأسمالية، وتتبناها في الأساس منشأة واحدة في إحدى الصناعات الأخرى (المنشأة المبتكرة) بقصد خفض تكلفة الإنتاج. ويعطى هذا للمنشأة المبتكرة ميزة تنافسية في

خفض التكـاليف ولكن تتناقص هـذه الميزة عبـر الزمن كلمـا تبنى العملية الجـديدة عـدداً أكبر من المنشـآت المنافسـة وهكذا تتم عمليـة الانتشـار. وتختلف سرعة انتشار التقنية الجديدة بدرجة كبيرة وفقاً لاختـلاف التقنيات والصناعات المختلفة، واهتمامنا الأول هنا هو معرفة العوامل (بما فيها هيكل السوق) التي تؤثر على سرعة الانتشار في الصناعات المختلفة.

والخطوة الأولى بالطبع هي التعرف على كيفية قياس سرعة الانتشار. وقد اعتمدت معظم الدراسات في هذا المجال على البحث القيم لمانسفيلد Mansifield (1961) والذي يجدر دراسته بشيء من التفصيل هنا. فقد تناول مـانسفيلد إنتشار 12 تقنيـة في أربع صنـاعات بـالولايـات المتحـدة: فحم البيتمينوس، الحديد والصلب، التقطير، السكك الحديدية، وتوحي دراسته وغيرها ممن تبعوه إلى أنه إذا تم قيـاس نسبة المنشـآت التي تبنت التقنية الجـديدة في الصنـاعة ووقعت بيـانياً في مقـابل الـوقت الذي استغـرقه هـذا التبني، فالمنحنى المشاهد يشبه الحرف (S) كما هو مبين في الشكل (7-5).



الشكل رقم (7-5)

ويجب أن يتسم منحنى الانتشار بانحدار موجب إذا ما كانت الابتكارات موضع الدراسة ناجحة. ويدل الشكل (S) على أن التقليد يبدأ بطيئاً في البداية حيث تكون معظم المنشآت غير واثقة في الابتكار وتعتبره استثماراً خطراً. وبعد فترة من الوقت وبعد أن تثبت العملية نجاحها ويشيع ذلك عنها، تزيد سرعة الانتشار. وأخيراً، يعود الانتشار إلى التباطؤ حيث تتناقص نسبة المنشآت التي لم تتبناه، وحيث تقرر المنشآت القليلة المتلكئة أخيراً أن تأخذ بالإبتكار أو التقنية الجديدة.

وقد نظر مانسفيلد في دراسته إلى المنشآت الأكبر في كل صناعة فوجد نمطاً مماثلاً لهذا في جميع الابتكارات الإثنى عشرة. وقد لاحظ الآتي:

(1) في الابتكارات الرئيسية التي فحصها، في أربع حالات، كانت المدة اللازمة لتبني الإبتكار بواسطة جميع المنشآت بالعينة أكثر من 20 سنة. وفي ثلاث حالات فقط نقصت هذه المدة إلى أقل من عشر سنوات، فمن الواضح إذاً أن الإنتشار يحتاج لفترة زمنية طويلة حتى يتم.

(2) كان الاختلاف بين سرعة انتشار الابتكارات المختلفة كبيراً. فقد مضت 15 سنة حتى تم تبني فرن الكوك بنسبة 50% في عينه للمنتجين الكبار للحديد، وفقط ثلاث سنوات لتبني آلية للتنقيب المستمر بواسطة المنتجين الأساسين للفحم، وفي المتوسط للإبتكارت الـ 12، كانت المدة اللازمة لـ 50% تبنى هي 7.8 سنة بمدى يتراوح بين (0.9-15) سنة.

وفي المرحلة الأولى لتحليله، قام مانسفيلد بتطوير نظرية لتفسر شكل منحنى الإنتشار. إذا أخذنا الابتكار الـ (j) في الصناعة الـ (i) ولندع (n_{ij}) تمثل العدد الكلي للمنشآت موضع الدراسة. ولنعرف (m_{ij}) (t) بأنه عدد المنشآت التي تبنت العملية عند الزمن (t)، و[mij [t + 1)] بأنه عدد المنشآت التي تبنت الابتكار عند الزمن (t + 1). إذاً فنسبة المنشآت التي لم تتبن عند الزمن (t) لكنها تبنت عند الزمن (t + 1) هو:

$$\lambda_{ij}(t) = \frac{m_{ij}(t+1) - m_{ij}(t)}{n_{ij} - m_{ij}(t)} \qquad (7.4)$$

فرضية مانسفيلد الأساسية هي أن هذه النسبة $[\lambda_{ij}(t)]$ تعتمد على:

(1) نسبة المنشآت التي تبنت عند الزمن (t)، أي: $\left[\frac{mij(t)}{nij}\right]$

(2) أربحية تبني الابتكار، (Π_{ij}).

(3) حجم الاستثمار اللازم لتبني (تركيب) الابتكار (S_{ij}).

(4) متغيرات أخرى غير محددة.

وسوف تختلف هذه التأثيرات من صناعة إلى أخرى، وبذا يكون:

$$\lambda_{ij}(t) = f_i \left[\frac{m_{ij}(t)}{n_{ij}} \Pi_{ij}, S_{ij} \ldots \right] \qquad (7\text{-}5)$$

ومنطق هذه الصيغة هو:

أولاً ـ كلما زادت نسبة المنشآت التي تبنت زادت المعلومات والخبرات المتراكمة عن الابتكار، وعليه تقل مخاطرة التبني المتعاقب. ولذلك نتوقع أن تزيد $(\lambda_{ij}(t))$ مع: $\left[\frac{mij(t)}{nij}\right]$

ثانياً ـ كلما كان الابتكار مربحاً، زاد احتمال معادلة المخاطر التي تقدرها المنشآت والمرتبطة بتبني الابتكار، وعليه فإن $[\lambda_{ij}(t)]$ سوف تزيد مع Π_{ij}.

ثالثاً ـ بفرض ثبات باقي العوامل المؤثرة، كلما زادت الاستثمارات اللازمة لتبني الابتكار زادت المخاطر المعنوية وزادت صعوبة توفير التمويل، ولذا فإن $[\lambda(t)]$ يقل كلما زادت (S_{ij}). وأخيراً فهناك متغيرات أخرى تؤدي

إلى اختلاف $[\lambda_{ij}(t)]$ بين الصناعات المختلفة. مثلاً، فقد يكون للمنشآت بالصناعات المختلفة تفضيلات مختلفة بالنسبة للمخاطر. أو مرة ثانية، قد يؤثر عمر المعدات الرأسمالية الموجودة في قرار التبني أو أن تؤثر قوة ضغوط المنافسة أو انعدامها في سياسة التبني. وسنعود لهذه العوامل مرة أخرى فيما يلي:

وكانت الخطوة التالية لمانسفيلد هي سلسلة من المعالجات الرياضية والتقديرات التقريبية بقصد تحويل (7-5) إلى صيغة سهلة الاستخدام. وكنتيجة أمكنه الوصول على المعادلة[19].

$$m_{ij}(t) = n_{ij}\{1 + \exp[-(l_{ij} + \varnothing_{ij}(t))]\}^{-1}$$

حيث أن (l_{ij}) هو ثابت التكامل، $(\varnothing_{ij})$ تعتمد خطياً على المتغيرات في (f_i) في (7-5)، فيما عدا $(m_{ij}(t)/n_{ij})$.

ولهذه النتيجة مضمونان:

أولاً ـ (7-6) هي معادلة لمنحنى على شكل (S) والذي يستخدم عادة في علم الأحياء والعلوم الاجتماعية والذي يطلق عليه اسم المنحنى المنطقي (logistic Cuive). وقد استخدم هذا المنحنى بكثرة في عمل نماذج لأشياء كثيرة مثل انتشار الأوبئة والإشعاعات وما إلى ذلك. وفي هذا الإطار فإنها تشير إلى أن انتشار تقنية جديدة، مثل انتشار الوباء، تنتشر ببطء في البداية، ثم تسرع ومرة ثانية تصبح أكثر بطئاً في النهاية، ويتطابق هذا مع الشكل المشاهد لمنحنى الانتشار[21].

ثانياً ـ يعتمد شكل وموضع المنحنى على قيمة $(\varnothing_{ij})$ فقط والتي تحدد معدل المحاكاة وما $(\varnothing_{ij})$ إلا دالة خطية في (Π_{ij}) و (S_{ij}). وذلك إذا اعتبرنا أن تأثير جميع المتغيرات الأخرى يتمثل في متغير الخطأ (Z_{ij})، أي:

$$\varnothing_{ij} = a_{i1} + a_{i2}\Pi_{ij} + a_{i3}S_{ij} + Z_o i_j \qquad (7.7)$$

وقد اختبر مانسفيلد هذا النموذج على مرحلتين:

أولاً ـ قام بتوقيع المنحنى المنطقي للبيانات من الـ 12 ابتكـار التي حددها منذ البداية لتقدير قيمة ($\varnothing_{ij}$). وأتم ذلك بأن أعاد ترتيب (7-6) وبأخذ اللوغارتيم (للأساس e).

$$\ln \left[\frac{m_{ij}(t)}{n_{ij} - m_{ij}(t)} \right] = l_{ij} + \varnothing_{ij}\, t \qquad (7.8)$$

وباختيار (t) = سنة، تمكن من تقدير قيمة ($\varnothing_{ij}$) في كل حالة مستخدمـاً طريقة المربعات المغري. وقد تراوحت التقديـرات التي حصل عليهـا بين (0.63, 0.17)، فيما عدا قيمة واحدة شاذة (في حالة الأوعية الصفيح) حيث كانت ($\bar{\varnothing}_{ij} = 2.64$) مشيرة إلى الانتشار السريع في هذه الحالة. وقد وجد مانسفيلد أن المنحنيات الموقعة أقرب ما تكون للمنحنيات الفعلية في معظم الحـالات، وإن لاحظ بعض المشـاكـل في ابتكـارات السكـك الحـديـديـة. وفي المـرحلة الثـانيـة من تحليله استخـدام مـانسفيلد القيمـة الـمقـدرة ($\varnothing_{ij}$) التي حصل عليها من تحليل السلسلة الزمنية في المعادلـة (7-7) مع بيانات قطاع عرضي. وقد قيس متغير الربحية (Π_{ij}) كالنسبة بين متوسط فترة التغطية للمنشأة إلى متوسط فترة التغطية لكل ابتكاره وقد أخذت قيمته (S_{ij}) كمتوسط الاستثمار الأولي في الفترة ذات الصلة. وبذا تـوفر لمـانسفيلد 12 مشاهدة في مقـابل عـدد الابتكارات التي اختـارها، وبـالإضافـة للمتغيرين المستقلين سمح مانسفيلد للجزء المقطوع من المحور الرأسي لأن يتغير وفقاً للصنـاعة، ربمـا باستخـدام متغيرات وصفيـة (dummy)، فكانت المعـادلـة المقدرة:

$$\hat{\phi}_{ij} = \begin{pmatrix} -0.29 \\ -0.57 \\ -0.52 \\ -0.59 \end{pmatrix} + \underset{(35.33)}{0.53\pi_{ij}} - \underset{(-1.93)}{0.027S_{ij}} \qquad R^2 = 0.994 \qquad (7\text{-}9)$$

حيث أن متجه الثوابت يشير إلى التقطير، والفحم، والصلب، والسكك الحديدية على التوالي. وقد أمكنه استنتاج التالي:
يعطي النموذج توقيع جيد جداً للبيانات، كما يستدل على ذلك من قيمة (R^2) المقدرة وتبقى هذه الحقيقة دون تغيير إذا ما حذفت المشاهدات الشاذة (أوعية الصفيح).

(2) اتخذت معاملات (Π_{ij}) و (S_{ij}) الإشارات الجبرية المتوقعة وكانت معنوياً مختلفة عن الصفر عند مستوى (5%) في اختبار الطرف الواحد وبالرغم من وجود ست درجات حرية فقط. عندما حذفت أوعية الصفيح، لم تعد (S_{ij}) معنوياً مختلفة عن الصفر وقد أيدت هذه الأدلة وجهة النظر القائلة بأن معدل الانتشار يزيد بزيادة أربحية الابتكار وينقص بزيادة تكاليف الاستثمار.

(3) بفرض ثبات باقي العوامل المؤثرة، فإن معدل الانتشار يعتبر أسرع في صناعة التقطير كما يتضح من القيمة التقديرية للجزء المقطوع من المحور الرأسي. ويستنتج مانسفيلد أن الأجزاء المقطوعة من المحور الرأسي تتسق ووجهة النظر القائلة بأن معدل المحاكاة يكون أسرع في الصناعات الأكثر تنافساً.

ولكن من الواضح أننا نحتاج إلى مشاهدات من مزيد من الصناعات قبل أن نطلق حكماً في هذه القضايا.

وأخيراً، تناول مانسفيلد أيضاً العديد من المتغيرات الأخرى والتي يمكن أن تؤثر في سرعة الانتشار في ظروف مختلفة. ونظراً لمحدودية حجم العينة فقد أدخلت هذه المتغيرات انفرادياً في المعادلة الأساسية (7-9) وبالرغم من حصوله على بعض النتائج المؤيدة لتأثير هذه الدوال إلا أنه لم يتمكن من الحصول على نتائج معنوية وقد كانت هذه المتغيرات والنتائج باختصار كالآتي:

أولاً ـ حتى يأخذ في الاعتبار حقيقة أن المنشآت قد لا تكون مستعدة

للتخلص من المعدات الرأسمالية المعمرة قبل إنتهاء آجالها، أدخل مانسفيلد متغيراً يقيس الفترة التي تمر قبل أن يظهر الابتكار في الصناعة. ولهذا المتغير تأثير سلبي على معدل المحاكاات ($\varnothing_{ij}$) في المعادلة (9-7) بمعامل قدره (0.0017 –) (نسبة t = 21. –) فالإشارة الجبرية كما هو متوقع لكنه غير معنوي إحصائياً.

ثانياً ـ يجادل مانسفيلد بأن النمو السريع للسوق يساعد على سرعة انتشار الابتكار، فتحت هذه الظروف يتم تركيب وتوسيع طاقة المصانع باستخدام الابتكار الجديد. ويقيس مانسفيلد نمو السوق بالمعدل السنوي لنمو مبيعات الصناعة. وقد تحصل على تأثير موجب لكنه غير معنوي وبمعامل قدره (0.042 +).

ثالثاً ـ تناول إمكانية أن تكون التطورات في قنوات الاتصال وأساليب تقويم الاستثمار، سوياً مع المواقف تجاه التغيير قد تفسر حقيقة أن الابتكارات الحديثة قد تم انتشارها بمعدل أسرع. وقد قيس هذا التأثير بسنة الابتكار ولكن التأثير المشاهد كان غير معنوي بمعامل قدره (0.0014 +).

وأخيراً ـ يجادل مانسفيلد بأن الانتشار قد يكون أسرع إذا ما قدم الاختراع في فترة انتعاش الأعمال بدلاً من فترة كسادها. وقد قيس هذا التأثير بمتغير وصفي (dummy) يأخذ القيمة (1) في سنوات الانتعاش، وكان معامل هذا المتغير قريباً جداً من الصفر، وبإشارة معاكسة للمتوقع (0.022 –). ومن الواضح أن هذه الفرضيات تعتبر مهمة جداً من وجهة نظر السياسة، ولكن لم يتوفر لمانسفيلد البيانات الكافية لاختبارها بطريقة أكثر تحديداً.

لقد تم انجاز عدد من الدراسات الأخرى كامتداد لدراسة مانسفيلد لكننا سنقصر اهتمامنا هنا على اثنتين من هذه الدراسات، أولاً ـ قام ديفز (1979) باختبار الانتشار في 22 ابتكاراً للعمليات في فترة بعد الحرب العالمية الثانية وذلك في 13 صناعة مختلفة في بريطانيا. وقد استخدم ديفز منهجاً نظرياً أكثر تطوراً عن ذاك الذي استخدمه مانسفيلد، فميز بين الابتكارات البسيطة (مجموعة A) وتلك الأكثر تعقيداً وتكلفة (مجموعة B). ويجادل بأن منحنى

الانتشار الأنسب (للمجموعة A) سوف يصل لقمته بسرعة أكبر مما هو الحال بالنسبة لمنحنى (المجموعة B)[21].

وبعد أن وفق منحنيات الانتشار لكل مجموعة من الابتكارات وجد أن هناك خمسة محددات رئيسية لسرعة الانتشار في كل حالة. ويوضح الجدول رقم (3-7) تقديرات ديفز لمرونات سرعة الانتشار بالنسبة لكل من هذه المتغيرات وهي مرتبة: أربحية الابتكار (مقيسة بفترة التغطية) (Π)، كثافة عنصر العمل في الصناعة (L)، معدل نمو الصناعة (∂)، عدد المنشآت (N) وتباين لوغاريتمات أحجام المنشآت (6^2). وكما يتضح من الجدول، فقد مال الانتشار لأن يتم بسرعة لكل من المجموعتين كلما زادت أربحية الابتكار وكلما استخدم عنصر العمل بكثافة أعلى فيه. وكلما زاد معدل نمو الصناعة وكلما صغر التباين بين أحجامها. وكانت النتائج متماثلة لكلا المجموعتين من الابتكارات، إلا أن المجموعة المعقدة والمكلفة (B) كانت أكثر استجابة للتغيرت في الأربحية.

جدول رقم (3-7) محددات سرعة الانتشار

المتغير الإيضاحي	مجموعة الابتكار	المرونة المقدرة
Π	A	−0.337
	B	− 0.725
L	A	0.771
	B	0.876
S	A	0.006
	B	0.013
N	A	− 0.319
	B	− 0.198
6^2	A	− 0.215
	B	− 0.176

وتعد نتائج ديفز عن هيكل السوق والإنتشار خاصة مثيرة. فبالنسبة لعدد المنشآت، يمكن القول بأن ضغوط التنافس بين منشآت عديدة تميل إلى التعجيل بالمحاكاة ومعدل انتشار الابتكار الجديد، ومن جهة أخرى، فقد أشار ديفز إلى أنه من المحتمل في حالة الصناعات ذات العدد الكبير من المنشآت أن تفتقر إلى الاتصالات وبطء تدفق المعلومات الأمر الذي يعوق الانتشار. ومرة ثانية، بالنسبة للامساواة بين أحجام المنشآت، يجادل ديفز بأن الاختلاف بين المنشآت في التوقعات، والأهداف وما إلى ذلك من اختلافات مرتبطة بالاختلافات في أحجام المنشآت، قد تعني أن الانتشار سوف يكون أبطأ كلما زاد التباين بين أحجام المنشآت. وتؤيد النتائج الواردة بالجدول (7-3) فرضيته الأخيرة. وتشير إلى أن حجة ديفز بالنسبة لمشاكل المعلومات في حالة العدد الكبير من المنشآت تعتبر مهمة. وفي الواقع كان هذا التأثير واحداً من أقوى النتائج الإحصائية التي حصل عليها ديفز. وتشير النتائج إلى أن هناك تبادلاً بين تركيز السوق والإنتشار، حيث تزيد سرعة الانتشار كلما صغر عدد المنشآت بشرط أن يقل التباين بين أحجامها.

لقد تم اختبار تأثير هيكل السوق على الانتشار أيضاً بواسطة روميو Romeo (1977) (انظر أيضاً Romeo 1975). فقد تناول بالفحص انتشار ابتكار واحد (أداة ذات تحكم عددي) في عشر صناعات بالولايات المتحدة في الفترة (1951-1970) وقد تمكن باستخدام منهج مانسفيلد أن يقدر الانحدار اللوغارتيمي (لبيانات قطاع عرضي) التالي:

$$\ln \bar{\varnothing}_i = -3.70 + 0.47 \ln X_{1i} - 0.28 \ln X_{2i} + 0.34 \ln X_{3i} \quad (7.10)$$

$$\quad (-3.41) \quad (1.74) \quad (-2.08) \quad (3.11)$$

$$+ 0.18 \ln X_{4i} - 0.47 \ln X_{5i}$$

$$\quad (1.76) \quad (-7.46)$$

$R^2 = 0.892.$

حيث أن ($\bar{\varnothing}I$) هو معدل الانتشار التقديري للصناعة (i)، و (X_{1i}) هو

متوسط معدل العـائد، و (X_{2i}) حجم الاستثمـار اللازم لـلإبتكار و (X_{3i}) هي السنة التي تم تبني الاختراع فيها لأول مرة (X_{4i}) و (X_{5i}) هما عدد المنشـآت وتباين لوغاريتم أحجامها على التوالي. وكما هو متوقع فالأربحية ($X_{10}i$) تزيد من سرعة الانتشار بينما نكاليف التركيبة (X_{2i}) تقلل من سرعتـه في المعادلـة (7-10). وكلما تأخر تاريخ بداية تبني الابتكار في الصناعة (X_{3i}) زادت سرعة انتشاره بسبب تأثير التعلم، وقد كان للعدد الكبيـر من المنشآت دور مسـاعد في سرعة الانتشار في عينة روميو، وفي ذلك تأكيد لوجهة النـظر القائلة بـأن المزيد من المنشآت يولد ضغوطاً تنافسيـة أكبر ممـا يعجل بسـرعة لانتشـار. وتوحي هذه النتيجة بالإضافة للتأثير السلبي القوي لعدم التساوي بين أحجام المنشـآت في سرعـة الانتشار في (7-10) بـوجود عـلاقة عكسيـة واضحة بين سرعة الانتشار وتركيز السوق. ومن الواضح أننا ما زلنا في مرحلة مبكـرة لأن نستنتج عما إذا كان هذا التـأثير أو التـأثير الأكثـر تعقيداً والـذي اكتشفه ديفـز ينطبق بصورة عامة على انتشار الابتكارات العملية.

(7-4) ملخص واستنتاجات: Summary and Conclusions

لقد قمنا في هذا الفصل بفحص اقتصاديات التقدم التقني وعلاقـاته الممكنة مع الظروف الاقتصادية للسوق. فتنـاولنا في المبحث (7-1) بعض السمات الأساسية للنشاط البحثي والتي توحي بأن هناك عوامل طبيعية وقانونية خاصة تؤدي إلى النقص في الاستثمار في البحوث في اقتصاد السوق. ثم قمنا في المبحث (7-2) بفحص الدور الخاص لهيكل السوق، وبإيجاز أكثر حجم المنشأة والتنويع التجميعي في عملية الابتكار. وقد قدم هذا المبحث بعض الأدلة على وجود علاقة موجبة بين نشـاط (R & D) وتركيـز السوق، وأدلة أقل عن التأثيرات المـوجبة لحجم المنشـأة على الابتكار. وأخيـراً، قمنا بفحص النظرية والأدلة الخاصة بانتشار التقنية الجديدة وبصفـة خاصـة دور الأربحية وتكلفة التركيب كمحددات للسرعة التي يمكن أن يتم بهـا انتشار الابتكار.

والعلاقة بين نشاط البحوث، والتقـدم التقني وظروف السـوق كليهما

حركي ومعقد، ولا يبدو ممكناً أن نشتق منها قواعد سريعة وصلبة. وتشير الأدلة المتوفرة إلى أن التركيز المعتدل للسوق قد يساعد على نشاط البحوث (لكنه قد لا يساعد على انتشاره)، ولذا فهناك أساس لوجود تبادل بين الكفاءة الساكنة والحركية، وقد يؤهل ذلك حججاً تقليدية في استنكار الاحتكار والتركيز العالي. ويجب ألا تغيب عن خاطرنا هذه الإمكانية عند مناقشة المسائل السياسية وخاصة بالنسبة لقياس الفقد في رفاهية المجتمع الناتج عن الاحتكار وسياسة الاحتكار والإندماج التي ستناقش في الفصل العاشر والثاني عشر.

ملاحظات:

(1) بالطبع، يجب تعديل هذا التعبير عندما مثلاً تكون تفضيلات المستهلك متأثرة بالإعلان أو إذا اعتبرنا أن المستهلك لا يكون دائماً أفضل من يحكم على مستوى رفاهيته، كما هو الحال في استهلاك السجاير والمخدرات. كذلك فإن هذا التعبير يتجاهل المحددات الأخرى الممكنة (التأثيرات الجانبية أو التغير في ظروف العمل) الناتجة عن إدخال منتج جديد.

(2) ارجع إلى الإحصاءات السنوية المجردة.
Annual Abstract Statistics, 1982, Table 11.11.

(3) المصدر الرئيسي للبيانات هو الإنفاق والعمالة في أبحاث وتطوير الصناعة لسنة (1978) ومرشد الأعمال لسنة (1980).

(4) يمكن الحصول على تصحيح أكثر قوة إذا قيست (Y) كنسبة (R & D) إلى الناتج الصافي. وباستخدام الـ ٢٩ مشاهدة نجد:

$$Y = -0.94 + 0.08X \qquad r^2 = 0.338$$
$$(-0.93) \quad (3.71)$$

(5) لقد تم نقاش الإصلاحات الأقل تطرفاً مثل الترخيص الإجباري للبراءات، ولمراجعة الإمكانيات يمكن الاطلاع على تيلور وسيلبرستون Taylor and silberston (1973).

(6) تستخدم في هذا المبحث «دوافع الاختراع» على طريقة أرو ولكن من الواضح أن النقاش يخص التطبيق التجاري لفكرة جديدة ولذا فالتسمية الأنسب هي «دوافع الابتكار والتطوير».

(7) هذا الرسم يعود أصلاً إلى ديمسيتز (1969 ص 177).

(8) يصور ديمسيتز هذا الاختلاف بحالة مخترع بإمكانه أن يختار مدفوعات الريع لكل من الصناعتين. وبهذه الصورة، يمكن اعتبار أن المخترع يفرض ريعاً على الوحدة المنتجة في حالة الصناعة التنافسية ويفرض قدراً ثابتاً من الريع في حالة الصناعة المحتكرة.

(9) مثل هذه الفائدة قد لا تحدث عندما يكون الاختراع مضمناً في عنصر انتاجي يمكن استخدامه بنسب متغيرة في انتاج السلعة النهائية. ارجع إلى واترسون (1982) لمزيد من التحليل لهذه الحالة الأكثر تعقيداً.

(10) مسح مفيد للدراسات السابقة تجده في كامين وسكورتز Kamien and Sckwortz, 1982.

(11) في إطار دولي، حيث يتم إغراء العلماء بالمرتبات العالية في الخارج، قد يعود هذا التأثير بالفائدة من منظور محلي ضيق وذلك إذا ما أدى إلى الحد من هجرتهم.

(12) في دراسة أخرى، فحص سكيرر الروابط بين إصدار براءات الإختراع للمنشآت الرائدة والتركيز في الصناعة بالولايات المتحدة في أوائل الخمسينيات وحصل على نتائج غير معنوية. انظر سكيرر (1965).

(13) استخدم سكيرر متغيراً وصفياً (dummy) (أي يأخذ القيمة صفراً أو واحداً) لتمثيل مجموعات الفرص التقنية وأيضاً للمتغيرين (Di-D3) ولم

يحصل على تأثير معنوي للمتغيرين، لاحظ أيضاً أنه بحذف متغير الصناعات العامة والآلية، تمكن سكيرر من قياس العمالة بالنسبة لهذه المجموعة لمجموعات الفرص التقنية الأخرى.
ارجع إلى رونكات وونكات (1972 ص 13-308) لمزيد من التفاصيل على المتغير الوصفي (dummy).

(14) لعرض حديث لوجهة النظر هذه، ارجع إلى دازجابتا وستيجليتز Dasgupta and Stiglitz (1980).

(15) لمسح عن هذا الموضوع، ارجع إلى كامين وسكوارتز (1982).

(16) ارجع إلى الإنفاق والعمالة في البحث والتطوير الصناعي (1978) جدول 13 وتقرير إحصاء الإنتاج (1978) جدول التلخيص رقم 1. بيانات الـ (R & D) ليست قاصرة على صناعة المصنفات ولكن من المتوقع أن يكون هناك تعارض طفيف.

(17) ارجع مثلاً إلى سكيرر (1965).

(18) ارجع مثلاً إلى سكيرر (1965) ولوب ولين Loub and Lin (1911).

(19) وقد عامل $[m_{ij}(t)]$ خاصة كمتغير متصل، واستخدام تمديد تيلور (7-5) فحذف الحدود ذات المرتبة الثالثة فما فوق، وبالإضافة فقد تخلص من الحد $(m_{ij}(t)/n_{ij})^2$ أيضاً لأن معامله يساوي صفراً في التمديد وأيضاً بمعاملة الزمن كمتصل، فمن الممكن تقريب هذا التمديد بمعادلة تفاضلية. حل هذه المعادلة يعطي (7-6) وذلك بفرض أن $[m_{ij}(t) = 0]$ عندما يؤول الزمن إلى اللانهاية السالبة.

(20) يجب ملاحظة أن النموذج المنطقي يعني أن عملية الانتشار متجانسة بين المنشآت وعلى مر الزمن. لمزيد من النقاش لمواضع الضعف هذه ارجع إلى ديفز (1979).

(21) لقد وقع ديفز منحنيات تجميعية معتدلة ومعتدلة لوغاريتمية لكل من

ابتكـارات المجموعـة (A) والمجمـوعـة (B) على التـوالي، بـالنسبـة لابتكارات المجموعة (A) كان للمنحنى التجميعي اللواغارتيمي المعتدل خاصة أن الزيادة في التبني تصل نهايتها العظمى في وقت مبكـر ثم يبـطىء بدرجـة ملحوظـة يجـادل ديفـز بأن مثـل هـذا المنحنى يتفق والتطوير اللاحق للإبتكار والذي يتسم بالسرعة وعدم البقاء لفترة طويلة وهو في ذلك يطابق الابتكارات المبسطة للمجموعة (A).

الفصل الثامن
التكامل الرأسي
VERTICAL INTEGRATION

لقد انصب اهتمام الجزء الأكبر من تحليل الفصول السابقة على الهيكل والسلوك الإداري والأداء للأسواق متفردة. لكن وفي الواقع تعمل كثيراً من المنشآت وخاصة أكبرها في عدد من الأسواق، وقد يؤثر ذلك أيضاً على السلوك الإداري والأداء ولذا فسنناقش في هذا الفصل والذي يليه قضايا أعم عن عمليات الأسواق المتعددة.

نبدأ في هذا الفصل بدراسة التكامل الرأسي، أي العمل في أسواق متتابعة، تاركين القضايا الأوسع عن التجمع المتنوع(*) للفصل التاسع. وفي كلتا الحالتين، سيكون اهتمامنا أساساً بالقوة السوقية الممكنة والآثار المتعلقة بعمليات الأسواق المتعددة. وبالرغم من أن الحالة المتعلقة بقرار السياسة العامة غير واضح، إلا أنه وكما سنرى يوجد في مجال كل حالة بعض الأسس التي تدعو لاهتمام السياسي الحكومية. وقد انعكست هذه الإزدواجية في السياسة البريطانية المالية في هذه المجالات، والتي تميل إلى فحص الحالات منفردة بدلاً عن التحريمات العمومية (انظر الفصل الحادي عشر والثاني عشر).

وسوف نفحص في هذا الفصل المفاهيم المختلفة للتكامل الرأسي. حيث سنبدأ في المبحث (8-1) بعرض مختصر لطبيعة ومدى التكامل. وفي

المبحثين (8.3 و 8.2) نناقش نظريات التكامل الرأسي، حيث نفصل من باب التيسير بين النظريات العامة والمحددة للإحتكار في هذين المبحثين. وسنرى أن هناك العديد من الأسباب لوجود التكامل، ونناقش الآثار الضمنية للسياسة العامة الممكنة لمختلف النظريات كلما كان ذلك مناسباً أثناء تقدمنا.

(8-1) طبيعة ومدى التكامل الرأسي:

Nature and Extent of Vertical Integration:

لقد استخدم مصطلح «التكامل الرأسي» بطريقتين مختلفتين في اقتصاديات الصناعة. الأولى تتصل بوضع أو هيكل تنظيمي موجود، وفي هذا المفهوم فهو يتصل بمدى قيام وحدة الأعمال المنفردة بإنجاز مراحل متتابعة في إعداد وتوزيع المنتج، ولكن بالإضافة إلى ذلك يستخدم المصطلح للتعبير عن السلوك الإداري. في إطار هذا المفهوم، يعبر المصطلح عن قرار المنشأة في التحرك إلى مرحلة تصنيفية أو توزيعية أخرى، من خلال الاندماج الرأسي أو بتشييد وحدات انتاجية أو توزيعية جديدة. وعندما تتحرك المنشأة إلى انتاج المواد الخام وعناصر الإنتاج، يقال أن هناك تكاملاً إلى أعلى، بينما يطلق على التحرك في اتجاه المنتج النهائي والتوزيع تكامل إلى أسفل.

والتكامل الرأسي (بالمعنى الهيكلي) يمكن أن يؤخذ على أنه عكس التخصص. فتعتبر المنشأة تامة التخصص إذا قامت بعملية أو وظيفة واحدة في سلسلة الإنتاج. ويمكن تصنيف العديد من المنشآت الصغيرة كصغار تجار التجزئة وصناع مكونات المنتج (مثل السلع الوسيطة) كمنشآت متخصصة وفقاً لهذا التعريف. ومع ذلك فمن المتوقع أن يكون التخصص فقط نسبياً، ففي الحقيقة تقوم أغلب المنشآت بعديد من الأعمال التي يمكن أن تقوم بها عدة منشآت. وقد يفكر المرء في الوظائف المنفصلة كالمحاسبة والتسويق والكتابة... وما إلى ذلك، ليجد أن هناك عدداً قليلاً (إن وجد) من المنشآت تامة التخصص. ومن جهة أخرى فهناك فارق كمي بين المنشآت الصغيرة والتي تقوم بأعباء الكتابة وما إلى ذلك من الأعباء التي

تخصصها، والمنشآت التي تنخرط في عدة مراحل للإنتاج والتوزيع، مثل مصانع السيارات أو منتجو البترول. وفي هذه الحالات يمتد التكامل إلى ما وراء الخدمات المساعدة، ليتضمن انتاج المواد الخام والمكونات الرئيسية و/أو الإنتاج والتوزيع. ونهتم في هذا الفصل بهذه الحالات الأكثر شمولاً من التكامل الرأسي.

والسمة المميزة للتكامل الرأسي هي أنها تنطوي على توجيه للنشاطات الاقتصادية بالمنشأة. فوفقاً للدراسة الرائدة لكوز (Coase, (1973، يمكن التمييز بين التنسيق السوقي وتنسيق منظم المنشأة في الاقتصاد. فالعديد من المبادلات التي تتم في السوق يتم تنسيقها بواسطة آلية السعر (اليد الخفية لآدم سميث). أما داخل المنشأة فينتفي دور آلية السعر بسبب سيطرة المالك على النشاط الاقتصادي. فبالنسبة للتكامل الرأسي بدلاً من شراء عناصر الإنتاج وبيع المنتجات في السوق المفتوح، تقوم المنشأة بإنتاج عناصر الإنتاج أو استخدام منتجاتها في انتاج سلع أخرى. وكما سنناقش في القسم (8-2-1)، فالقرار الخاص بالتكامل الرأسي هو في النهاية قراراً حول استخدام المبادلات السوقية أو عدم استخدامها. والأمر بالنسبة للمنشأة المعظمة للربح يتضمن تقويماً لأربحية استخدام الوسائل البديلة للمبادلة السوقية. ومن المهم أن نتعرف على تمييز آخر والذي قد يكون له أهمية تحت ظروف خاصة. فليست كل الأسواق تامة المنافسة، والحالات التي تتم فيها المبادلات السوقية الصافية البحتة غير الشخصية لشراء عناصر الإنتاج أو بيع المنتج تعد قليلة نسبياً. ففي الكثير من الأسواق، تنسق المبادلات بين عدد محدود من المنشآت وبصفة دائمة. ومن المحتمل أن يكون هناك بعض التعاون بين المنشآت فيما يختص بالعلاقات الرأسية. ومن المتوقع أن ينشأ هذا التعاون بصفة خاصة في حالات الاحتكار المتابع (أو احتكار القلة)، حيث (كما سنرى في القسم 2-3-8) يكون للمنشآت دافع قوي لتنسيق سياساتها. ولكن وبصفة أعم، قد تكون هناك دوافع للتنسيق الرأسي الذي لا يتطلب الوجود الفعلي للتكامل الرأسي. ولذلك ففي بعض الظروف قد يكون

التفريق بين التكامل الرأسي والسوق مصطنعاً لغرض التحليل. وهناك تماثل بالطبع بين هذه المناقشة والمناقشة حول تنسيق احتكار القلة والاحتكار عند مرحلة انتاجية منفردة كما جاء بالفصل الثالث. وللغرض الحالي نلاحظ فقط أن التركيز غير الضروري على التكامل الرأسي في حد ذاته قد لا يكون له ما يبرره تحت ظروف معينة.

ولا يتوفر إلا القليل جداً من الأدلة المنهجية عن مدى التكامل الرأسي. ففي دراسة لـ 111 من المؤسسات الكبيرة بالولايات المتحدة في (1954) حاول جورت Gort (1960) أن يصنف نشاطات المنشأة (من مجموعة الأربع أرقم) إلى عمليات أساسية وعمليات مساعدة. ثم قدر التكامل باستخدام نسبة العمالة في العمليات المساعدة إلى العمالة الكلية للمنشأة. وبأخذ المتوسط لـ 13 مجموعة صناعية، وجد أن التكامل (كما هو متوقع) كان في أعلى مستوياته في صناعة البترول، بنسبة قدرها 67.3%. كما كان أيضاً مرتفعاً نسبياً في صناعات المنتجات الغذائية 30.3% وصناعات الآليات 30.5%. أما الصناعات الأكثر تخصصاً فقد ضمت المنتجات المعدنية المصنعة والآليات الكهربائية ووسائل النقل بنسب **15.0%**، و 12.8%، و 9.7% على التوالي.

ولم تتوفر دلائل مشابهة في حالة بريطانيا ولكن من المعروف أن إلى جانب صناعة البترول، يعد التكامل الرأسي سمة هامة للصناعات مثل الحديد والصلب، تجميع المحركات والأحذية، مطاحن الغلال والخيوط الصناعية على سبيل المثال لا الحصر، وبينما يعتبر التكامل الرأسي في كثير من الحالات سمة طويلة الأجل للتنظيم الاقتصادي. فقد لا تكون كذلك في كل الأحوال. فمثلاً كانت هناك زيادة هائلة في التكامل الرأسي في طحن الغلال والخبيز وذلك في أواخر الخمسينيات وأوائل الستينيات بسبب التكامل إلى أسفل للمطاحن الرائدة لمنشأة رانكس وسبيلر Ranks and Spillers (هارت وكلارك، 1980، ص 67). وكذلك التغير الهائل (والأكثر أهمية من ناحية كمية) الذي لوحظ في الكثير من صناعات النسيج في الستينيات وبداية السبعينيات الذي حدث كنتيجة للتكامل إلى أسفل بواسطة منتجي الخيوط

الصناعية، (Courtaulds)[1]. وكما سيلاحظ في الفصل التاسع، فمن المحتمل أن تكون لسياساته التكاملية أثر هائل على هيكل السوق في هذا الحقل الصناعي ببريطانيا.

ومن الواضح أن التكامل الرأسي يمكن أن يكون له أثر هام على الهيكل الصناعي وقد يتولد عنه اهتمام سياسي خالص بسبب تأثيراته الأفقية وسنهتم فيما يلي بآثار التكامل بالمقام الأول وبدرجة أقل بالآثار الأفقية. وتتحدد آثار التكامل هذه وفقاً لاعتبارات النظريات المختلفة للتكامل، وهو موضوع نقاشنا في المبحث التالي.

(8-2) نظريات التكامل الرأسي:

Theories of Vertical Integration:

هناك عدد كبير من الدوافع الممكنة للتكامل الرأسي[2]. فقد تقدم المنشآت على التكامل رأسياً بسبب الضرائب على سبيل المثال، فتتهرب بذلك من دفع ضريبة المبيعات، وما إلى ذلك، عن طريق استبدال المبادلات الخارجية الخاضعة للضريبة بالمبادلات الداخلية. كذلك فقد يقوم التكامل بهدف زيادة القدرة على التمييز السعري أو لزيادة عوائق الدخول. وقد تأمل المنشآت في تحقيق وفورات تكاليف تقنية من التكامل أو لضمان إمدادات عنصر الإنتاج أو أسواق المنتج. وقد تأمل في تمديد قوتها الاحتكارية بمنع لجوء المستهلك لبدائل لمنتجاتهم أو بإزالة التراكمات غير المجدية للزيادات في السعر عند المراحل المتتابعة للإنتاج والتوزيع.

في هذا المبحث والذي يليه نناقش هذه الافتراضات. وفي مبحث (8-3) نناقش الدوافع الاحتكارية الممكنة للتكامل في الأسواق التي تتميز بوجود بعض درجات القوة الاحتكارية. وبالمقابل، نتناول في هذا المبحث بعض التفسيرات البديلة والتي لا تعتمد بشكل محدد على اعتبارات القوة السوقية. في القسم (8-2-1) ندرس حالات إخفاقات السوق كإطار لتحليل التكامل. وفي القسم (8-2-2) نطلع على تفسيرات أكثر تحديداً متصلة

بالاعتماد التقني المتبادل واللايقين. وأخيراً وفي القسم (8-2-3) نفحص باختصار افتراضية دورة الحياة (Life-Cycle) للتكامل الرأسي والتي قدمها ستيجلر.

(8-2-1) اعتبارات إخفاقات السوق:
Market Failure Considerations:

كما لوحظ في مبحث (8-1) فبالإمكان التفريق بين التنسيق الرأسي والتكامل الرأسي. فاللايقين، والوفورات التكاليفية، والاحتكار وما إلى ذلك من عوامل جميعها تعطي الحوافز للتنسيق الرأسي. ويمكن أن يتم هذا التنسيق عن طريق التعاون بين وحدات أعمال مستقلة أو بواسطة تكامل الأنشطة في إطار تحكم وحدة أعمال واحدة[3]. والاختيار بين التكامل والسوق (بما في ذلك إمكانيات التعاون) يعد اختياراً ثانوياً بالنسبة إلى أي شكل تنظيمي يضمن أحسن تنسيق رأسي. ويعد هذا الاختيار الثانوي محور تركيز منهج إخفاقات السوق للتكامل الرأسي.

ويتصل هذا المنهج أصلاً ببحث كوز (1937). في هذا التحليل التقليدي للمنشأة يفرق كوز بين التنسيق السوقي وتنسيق المنظم للنشاط الاقتصادي. وفي رأيه أن السمة المميزة للمنشأة هي أنها تجمع الأنشطة الاقتصادية تحت سيطرة منظم العمل بدلاً عن السوق. وبالتالي، يأتي السؤال عن السبب الذي يستوجب إبطال السوق، أي لماذا تتواجد المنشآت المتكاملة؟ وكانت إجابة كوز على هذا التساؤل هي أن من الممكن الاستغناء عن المبادلات السوقية وذلك بتنسيق النشاطات داخل المنشأة. فعندما تكون تكاليف المبادلات السوقية مرتفعة يخفق السوق في أن يكون الوسيلة الكفء لتنسيق النشاط الاقتصادي ولذلك تحول هذه المبادلات لتتم داخل المنشأة. ولهذا الرأي تطبيق مباشر في التكامل الرأسي. لنفترض أن المنشأة تعمل في مرحلة أو مرحلتين من سلسلة المراحل الإنتاجية وتقوم ببعض النشاطات داخلياً، بينما وفي حالات أخرى تشتري خدمات عناصر الإنتاج وتبيع

المنتجات بالسوق. وفي نهاية الأمر نجد أن تقدير ما إذا كانت المنشأة تصنع عناصر الإنتاج أو تشتريها وتبيع إنتاجها أو تستخدمه في إنتاج السلعة النهائية (بهدف تعظيم الربح) سوف يعتمد على التكاليف النسبية للطرق المختلفة لتنسيق النشاط (أو بأسلوب أعم، تعتمد على الأرباح النسبية لكل بديل). ويجادل كوز بأن المنشأة ستتولى المزيد من الأنشطة الجديدة إلى أن تصبح تكلفة تنسيق أداء النشاط الإضافي داخلياً مساوية لتكلفة اتمامها بالسوق. ومن العوامل التي تميل إلى زيادة التكامل تكاليف اكتشاف أسعار السوق وتكاليف التفاوض حول الوصول إلى عقودات السوق. ومن العوامل التي تميل إلى الحد من التكامل العوائد المتناقصة على وظيفة المنظم وزيادة احتمالات أخطاء المنظم كلما زادت النشاطات التي يقوم بها. وفي رأي كوز، تكون هناك درجة توازنية للتكامل الرأسي تعطي (تحت المنافسة التامة) أعلى كفاءة تنظيمة للإنتاج والتوزيع.

وقد قام ويليامسون [Williamson (1971, 1973, 1975)][4] بتطوير دراسة كوز. وبفرض أن تكلفة المبادلات السوقية تدفع المنشآت إلى التكامل الرأسي تناول ميليامسون وبالتفصيل العوامل التي تؤدي إلى زيادة التكاليف النسبية لمبادلات السوق وبالتالي إلى التكامل الرأسي. وقد ركز وبصفة خاصة على العوامل البشرية، والتي تعمل سوياً مع العوامل البيئية على تفسير إخفاق السوق. وعلى عكس الفروض المعيارية للإقتصاد، يرى ويليامز أن بعض الخواص البشرية الأولية، التي لا يعتد بها في العادة، قد تكون ذات أهمية عظيمة. وقد خص بالذكر الانتهازية (أي الميل إلى الاستفادة من الفرص المربحة بدهاء) ومحدودية الرشادة (أي قدرة الإنسان على التعامل مع المشاكل الكبيرة لاتخاذ القرار) وتتفاعل هذه العوامل البشرية مع العوامل البيئية، مثل اللايقين وصغر عدد الأطراف المتعاملة بالنسبة لحجم المبادلات فتؤدي إلى إخفاق السوق وإحلال التنظيم الداخلي محل تنسيق السوق.

ويمكن توضيح منهج ويليامز بافتراض حالة انتاج سلعة ذات تقنية معقدة، يتم فيها إعادة التصميم و/أو تغيير الحجم بصفة دورية. بعض

مكونات هذه السلعة تنتج باقتصاديات حجم كبير بالنسبة لحجم السوق مما يحتم قلة عدد منتجي هذه المكونات. وهناك ثلاثة ترتيبات لعرض السلعة: بعقود طويلة الأجل، وعقود قصيرة الأجل وتكامل رأسي.

والمشكلة الرئيسية للعقودات طويلة الأجل هي أن اللايقين حول المستقبل سوياً مع محدودية الرشادة تعملان على إثارة مشاكل تحديد الأحداث الطارئة مستقبلاً فمن المستحيل (على الأقل بتكلفة عالية جداً) أن يكتب تعاقد شامل ليغطي كل الأحداث المستقبلية الطارئة. ولذلك فالتعاقدات طويلة الأجل غير مكتملة، ويتيح ذلك الفرصة للمساومة الانتهازية إذا ما كان هناك ابهام، وللتعاقدات قصيرة الأجل ميزة على طويلة الأجل تحت ظروف اللايقين وذلك لأنها تسمح باتخاذ القرارات المتعاقبة التي تقلل من مشكلة محدودية الرشادة. وقد لا يتناسب هذا النوع من العقود وحالة صناعات مكونات الإنتاج التي يجب أن تستثمر في معدات طويلة العمر. وبالإضافة إلى ذلك، إذا اكتسبت المنشآت الفائزة بالعقد في السنوات الأولى ميزة تكاليفية على منافسيها (ميزات السابق إلى التحرك) فقد يعطي هذا مجالاً لمساومة مكلفة بين المشترين والبائعين عندما يحين موعد تجديد العقود (لأن هؤلاء البائعين يكتسبون ميزات احتكارية على غيرهم من البائعين بسبب خبرتهم السابقة). وعليه فقد يكون من المرغوب فيه تحت ظروف اللايقين وصغر عدد المساومات، أن يتم التكامل الرأسي. ويسمح التنظيم الداخلي بالتكيف واتخاذ القرارات وبالإضافة إلى ذلك فمن المحتمل أن يقلل من مشاكل الانتهازية. ويرى ويليامز أن المنشأة سوف تنظم هيئة معقدة حيث يقبل فيها كل من الإداريين والعمال عقداً للعمل. ففي مثل هذا التنظيم، من المتوقع أن يزيد السلوك التعاوني بين الأطراف التي كانت متناحرة في وقت سابق حيث يصبح الأفراد جزءاً من فريق ويتلاشى السلوك الإنفرادي وحب الذات. كذلك فداخل المنظمة يمكن فض المنازعات بطريقة أسرع وذلك بإصدار أوامر وبذلك يتم تفادي المساومات التي يمكن تسويتها في حالة النزاع داخل التنظيم (inter-firm) فالموقف الأكثر تعاونياً مع كفاءة آلية التحكم

الداخلي بالإضافة إلى اتخاذ القرارات المتعاقبة قد تجعل التكامل الرأسي الاختيار الأنسب مقارنة ببدائل التعاون السوقي[5]. ومن الواضح أن تحليل ويليامز يعد غنياً بالنظرة العميقة في دوافع التكامل الرأسي الناشئة عن المبادلات. ولكن وفي نفس الوقت، من المهم أن نؤكد مرة ثانية الطبيعة الخاصة لهذا المنهج. فبالتركيز على التكامل الرأسي بوصفه تكاملاً، يهتم منهج إخفاقات السوق بقرار التكامل أو التعاون عند وجود دافع للتنسيق الرأسي ويتنسق في ذلك مع التفسيرات المختلفة للدافع إلى التنسيق الرأسي. فمثلاً، إذا كان هناك اعتماد تقني متبادل (انظر قسم 8-2-2) أو احتكارات متتابعة في الإنتاج (انظر قسم 8-3-1) فسيكون هناك دافعاً لتنسيق مراحل الإنتاج المتتالية. ولكن بإمكان مثل هذا التنسيق أن يتم من خلال تعاقدات سوقية، وليس هناك من احتياج للتكامل بهدف تحويل المبادلات السوقية إلى مبادلات داخلية. فمثلاً، وفورات التكاليف الناجمة عن تكامل عدة مراحل إنتاجية كما في صناعة الصلب، تملي ضرورة بناء موقع مشترك للإنتاج ولا تتطلب بالضرورة تكامل المنشأة، وبالمثل فإن قرارات تعظيم الأرباح المشتركة في حالة الاحتكارات المتتابعة يمكن أن تتحقق عن طريق المباحثات دون ضرورة أو حاجة للتكامل الرأسي. فالقرار الخاص بالتكامل الرأسي في كل حالة يتخذ بهدف خفض تكاليف المبادلات السوقية، وهو قرار خاص بأكفأ الأشكال التنظيمية في النهاية.

ويتضمن إطار إخفاقات السوق على نظريات أخرى عن التكامل الرأسي، وقد يتساءل المرء عنها إذا كان هذا الإطار يضيف بذاته بعداً نظرياً جديداً. إن النقد الأساسي لدراسة كوز الأصلية عن طبيعة المنشأة هو أنها وفي الأساس دراسة وصفية وإنها تفتقر إلى المضمون العملي بمعنى أن تقدم فرضيات إضافية يمكن اختبارها بالمقارنة بالدلائل التجريبية. ويمكن انتقاد دراسة ويليامز على أساس أنها وإلى حد بعيد تعتبر غير عملية وذلك للصعوبة الشديدة في تقدير تكاليف المبادلات المرتبطة باللايقين، والأعداد القليلة من الأطراف المشتركة فيها. لقد حاولت بعض الدراسات الحديثة[6] أن تطور

بعض التوقعات القابلة للاختبار والمبنية على اعتبارات تكاليف المبادلات السوقية وربما كان هناك المزيد من التطور الممكن في هذا الاتجاه. ولكن من خلال المعلومات المتوفرة لنا حتى الآن، فإننا لا نملك طريقة للوقوف على أهمية اعتبارات تكاليف المعاملات السوقية في تفسير التكامل الرأسي. وبالتالي لا نعلم إلى أي مدى (إن كان لها أي دور) قد تضيف إلى التفسيرات التي نناقشها فيما تبقى من هذا الفصل.

(8-2-2) الاعتماد التقني المتبادل واللايقين:

Technological Interdependence and Uncertainty:

والآن نتناول تفسيرات أكثر تحديداً للتكامل الرأسي. فبينما تدفع تكاليف المبادلات الناتجة عن صغر أعداد المنشآت ومحدودية الرشد بالمنشآت إلى التكامل بدلاً عن الدخول في المبادلات السوقية فإن هذه العوامل وحدها لا تفسر نمط التكامل المشاهد في الاقتصاد. وفي هذا القسم ندرس الأسباب الأكثر إلحاحاً والمتعلقة بالاعتماد التقني المتبادل واللايقين بالأسواق.

الاعتماد التقني المتبادل: إن أبسط تفسير للتكامل الرأسي هو أن الاعتماد التقني المتبادل في عمليات الإنتاج يعطي الدافع للتكامل الرأسي. والمثال المعياري لهذا التفسير هو حالة إنتاج الحديد والصلب. فإنتاج الصلب يتضمن عدداً من العمليات والتي يمكننا تصنيفها وللتبسيط لتشمل التكويك (Coking) والتلبيد (Sintering) وصناعة الحديد، وصناعة الصلب وعمل الأسياخ. وهذه العمليات تعتمد على بعضها البعض بمعنى أن بالإمكان خفض تكاليف المعالجة والتسخين وذلك بالقيام بها في مكان و/أو زمان متعاقب جداً. فضرورة تصنيع الحديد والصلب خاصة تحت درجة حرارة عالية يعني أن هناك قدراً كبيراً من الكفاءات الحرارية يمكن تحققها من خلال الإنتاج المتكامل. تلك الاقتصاديات التقنية تملي ضرورة أن تتم صناعة الصلب في مصنع واحد. والتكامل يكون في منشأة واحدة أيضاً،

للأسباب التي سبق نقاشها في قسم (8-2-1).

وهناك العديد من الأمثلة عن التكامل الرأسي لعمليات الإنتاج لأسباب الاعتماد التقني المتبادل. وتعد اقتصاديات الحراريات (thermal economies) مهمة كذلك لصناعات معادن أخرى. وبالمثل تماماً يتكامل إنتاج طباعة الصحف والورق وذلك لتفادي تكاليف تجفيف وإعادة ترتيب المواد. وبأسلوب أعم، فإن تكاليف المعالجة والتكاليف الأخرى عادة ما تخفض عن طريق تكامل العديد من العمليات الكيماوية مثل تكرير البترول، ويتضمن الكثير من هذه الصناعات سلسلة من العمليات المتعاقبة وتظهر الاقتصاديات التقنية للتكامل عادة في مثل هذه الظروف.

اللايقين: التفسير الذي درج عليه رجال الأعمال للتكامل الرأسي هو أنه يتم بهدف تأكيد تدفق عناصر الإنتاج أو لتأكيد وجود سوق لبيع الإنتاج، وقد يشتمل هذا على تفسير دوافع احتكارية للتكامل وسوف نوليها مزيداً من النقاش في المبحث (8-3). أما الآن فنقصر انتباهنا على الأسواق ذات السمة التنافسية (أي أسواق بعدد كبير من المشترين والبائعين) وندرس هذا الدافع المقترح للتكامل بصفة مستقلة. فتحت الفروض التقليدية لا يبدو هناك من دافع للتكامل الرأسي بأسواق المنافسة التامة لانعدام فرص خفض التكاليف لأن جميع عناصر الإنتاج والسلع المنتجة يمكن شراؤها من السوق المفتوحة عند الأسعار المحددة بالسوق. ولكن، هذا الجدل يتجاهل مشكلة اللايقين في النواحي الأخرى للأسواق التنافسية ويرى العديد من الكتاب أن هذه المشكلة قد تقدم تفسيراً للتكامل الرأسي.

إحدى الإمكانيات والتي قدمها آرو Arrow (1975) هي أنه قد يكون هناك عدم تماثل في المعلومات المتوفرة لكل من منتجي المواد الخام (أو ما يسمى بمنتجي أعلى التيار (upsteream producers) ومنتجي السلع (أو ما يسمى بمنتجي أسفل التيار (downstream producers) مما يدفعهم إلى التكامل الرأسي بهدف تحسين توزيع الموارد في مرحلتي الإنتاج. وفي تحليل آرو، فإن المنشأة المنتجة للسلع تكون معلوماتها محدودة عن أسعار المواد الخام

مما يعوق قدرتها على اتخاذ قرارات كفء حول نسب عناصر الإنتاج المستخدمة. ويفترض آرو أن منتج المادة الخام يكون أكثر دراية بأسعارها عن المنشآت المنتجة للسلع. ولذلك فالمنشآت المنتجة للسلع يكون لديها حافز واضح للتكامل إلى الخلف (إلى أعلى) حتى تستحوذ على المنشآت المنتجة للمواد الخام بهدف الحصول على توقعات أفضل عن أسعار المادة الخام. وفي هذا النموذج، تتحسن القدرة على استطلاع أسعار المادة الخام كلما زادت حيازة المنشأة المنتجة للسلع لمنشآت تنتج المواد الخام، بحيث يكون هناك ميل طبيعي بالحيازة الاحتكارية على المنشآت المنتجة للمواد الخام ويعني ذلك بدوره أن إنتاج السلع أيضاً سوف يكون محتكراً، وبذلك يكون هناك وفي النهاية ميل إلى عرض موحد (Unitary) في مرحلتي الإنتاج في هذا النموذج.

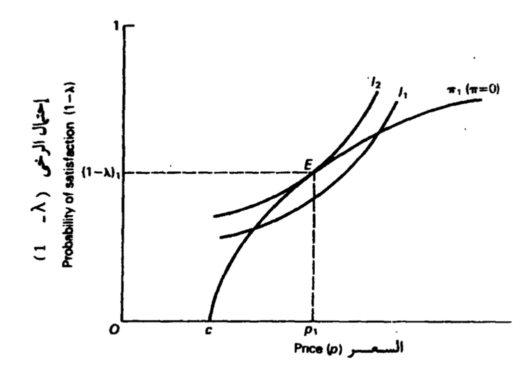
والإمكانية الثانية التي نناقشها بطريقة أكثر شمولاً كانت قد قدمت بواسطة كارلتون (Cariton, 1979). وفي هذا التحليل يجتمع كل من اللايقين وبطء الاستجابات (rigidities) في أسواق المنافسة لتقديم حافزاً للتكامل الرأسي. ويقترح هذا النموذج مباشرة أن تقوم المنشآت المنتجة للسلع بالتكامل إلى الخلف لضمان عرض عناصر الإنتاج الذي يحيطه اللايقين. وهي بذلك تبدو متفقة وتفسيرات رجال الأعمال عن التكامل إلى الخلف، وبالتالي تستحق مزيد من العرض التفصيلي.

ولنأخذ سوق واحدة ذات طلب لا يقيني. فتحت الفروض المعهودة يتكيف سعر السوق في كل فترة زمنية ليساوي بين الكمية المطلوبة والمعروضة لكي يخلي السوق من أي فوائض. ولكن، في كثير من أحوال الأسواق التنافسية الأخرى لا يتم تعديل أو تكيف السعر حالاً كما تفترض النظرية وبالإضافة إلى ذلك فلا يمكن للإنتاج أن يتعدل في حينه لمقابلة الطلب عند سعر السوق. ولذلك فمن المحتمل أن لا يتساوى الطلب والعرض في أي فترة سوقية، أي أن يكون هناك نقص أو زيادة في الإنتاج بالنسبة للمطلوب، ولذلك، فمن وجهة نظر المشتري، هناك احتمال بألا

يتمكن من الحصول على السلعة في الفترة الحالية بينما يتحمل البائع مخاطر الإفراط في الإنتاج وبقاء كميات غير مباعة من السلع.

ولهذه الإمكانيات آثاراً ضمنية هامة. فإذا فرضنا وللتبسيط، أن كل المنشآت وجميع المستهلكين متماثلون تماماً، إذاً يمكننا أن نناقش توازن السوق بالنسبة لمنشأة واحدة كما بالشكل (8-1). بما أن السوق وبصفة عامة سوف لن ينجلي فإن المنشآت تتنافس ليس فقط في السعر ولكن في وجود عرض يعول عليه[7]. فمن وجهة نظر المشترين، تعتمد المنفعة على سعر السوق (P) وعلى احتمال الحصول على السلعة من المنشأة (λ-1). وعلى ذلك، يمكننا أن نرسم منحنيات السواء للمستهلك بين المحورين (P, 1-λ). وستنحدر المنحنيات إلى أعلى، لتعكس إقدام المشتري على دفع السعر الأعلى فقط إذا ما زاد احتمال حصوله على السلعة. ويبين الشكل (8-1) اثنين من هذه المنحنيات I_2 و I_2. وعلى جانب العرض، تنظر المنشأة في أمر التخزين أو إنتاج المزيد من السلعة حتى تحسن من قدرتها على مقابلة الطلب لكنها تراعي المخاطرة المترتبة على هذا الاختيار والمتمثلة في بقاء كميات غير مباعة. وبناء على ذلك، يجب أن يزيد السعر الذي تضعه حتى يغطي الزيادة في المخاطر، ولذا يمكننا أن نرسم وعلى نفس الشكل (8-1) منحنيات الأرباح المتساوية. وتنحدر هي الأخرى إلى أعلى، لأن هناك احتياجاً لأسعار أعلى لمعادلة الاحتمال الأعلى لرضى المستهلك (λ-1)، لكي يبقى مستوى الأرباح المتوقعة دون تغيير.

وأخيراً، نلاحظ أن المنشآت في سوق المنافسة تنتج حتى تكون الأرباح المتوقعة مساوية للصفر. وعلى الرسم، (Π_1) يمثل المنحنى المناسب للربح المتساوي. فإذا كانت السلعة تنتج عن مستوى ثابت لتكلفة الوحدة (C) إذاً فلأي مستوى للإنتاج هناك بعض المخاطرة الناجمة عن كميات الإنتاج غير مباعة، فالمنحنى (Π_1) يقطع المحور الأفقي عند (C) وينحدر إلى أعلى بعد ذلك. وتوازن السوق توضحه النقطة (E)، عندما يكون أعلى منحنى سواء للمستهلك (I_2) مماساً لمنحنى الربح المتساوي (Π_1). والمبادلة



شكل رقم (8-1)

عند نقطة التوازن هذه تدل على أن بعض المستهلكين سوف لا يحصلون على احتياجاتهم من السلعة في الفترة السوقية الحالية، أي أن (λ-1) أقل من الواحد الصحيح. وأيضاً نجد أن سعر السوق يفوق تكلفة الوحدة (C)، ويعكس ذلك مخاطر المنشآت الناجمة عن انتاج السلع غير المباعة إلى جانب تكلفة انتاج السلعة. ويمكننا الآن تطبيق هذا التحليل على التكامل الرأسي. لنفترض أن منشأة متكاملة إلى أسفل تنتج السلعة (X) مستخدمة عناصر الإنتاج (C, B, A) والتي تنتج بواسطة منشآت منتجة للمواد الخام[8]. والطلب على (X) طلب لا يقيني وبالتالي فالطلب المشتق على عناصر الإنتاج أيضاً لا يقيني. ولو ركزنا على عنصر الإنتاج (A) نجد أن منتج (A) يتحمل أصلاً مخاطرة الإفراط في الإنتاج عن المطلوب ولذا (كما يوضح الشكل 1-8) فسوف يزيد سعر (A) عن تكلفة الوحدة منه، أي $(P_1 < X)$.

ويصبح السؤال هو هل هناك دافع لدى منتجي السلع للتكامل إلى الأعلى في إنتاج عنصر الإنتاج (A)؟ فللمحة الأولى قد لا يظهر وجود هذا

الدافع، وذلك لأن هذا التكامل وإن أتاح للمنشآت المنتجة للسلع عنصر الإنتاج بتكلفة مقدارها (C) أقل من سعر السوق (P_1)، إلا أن ذلك يعني ضرورة تحملهم لمخاطر الإنتاج الزائد أيضاً. لكن، وكما أوضح كارلتون، قد يكون هناك على الأقل بعض الدافع للتكامل إلى الخلف، لأن منتج (X) سوف يتخذ قراراً يعتمد على مبدأ الحدية بدلاً عن قرار يعتمد على متوسط التكاليف، وذلك عند إقدامه على التكامل إلى الخلف، ففي البداية يدرس الوفورات المتوقعة وتكاليف انتاج كمية عنصر الإنتاج (A) اللازمة لإنتاج الوحدة من (X)، بفرض أنها تستخدم عنصر الإنتاج (A) لإمداد العميل الأول الذي تصادفه. ولما كان احتمال وجود مشترٍ واحد عالياً جداً، فمن المؤكد أن من المربح للمنشأة أن تنتج عنصر الإنتاج (A) اللازم لإنتاج وحدة واحدة من المنتج. وقرارات حدية مماثلة تتخذ بالنسبة للوحدات التالية من الإنتاج، ويستمر التكامل الرأسي إلى النقطة التي يتساوى عندها الوفر الحدي المتوقع مع تكلفة إنتاج كميات إضافية من (A). والسمة المرغوبة في هذا النموذج هو أن المنشأة المنتجة للسلعة سوف تستخدم انتاجها من عنصر الإنتاج (A) لمقابلة الطلب ذي الاحتمال العالي، بينما قد تفضل شراء الكميات الإضافية المطلوبة من عنصر الإنتاج من منتجين مستقلين لمقابلة الطلب ذي الاحتمال الضعيف[9].

ولهذا النموذج أيضاً مضمون مفيد بالنسبة للرفاهية. فقد لاحظ كارلتون أن بالإمكان التفريق بين المنشآت على أساس قدراتها على امتصاص الخطر في توفير عنصر الإنتاج (A) وذلك بالتمييز بين عدد المنشآت المنتجة للسلعة (n_1) وعدد المنشآت المنتجة للمواد الخام في انتاج (A) ,(n_2). فإذا كانت ($n_2 > n_1$)، فإن المنشآت المنتجة للسلع أفضل في امتصاص الخطر (بمعنى أنها تحتاج إلى الاحتفاظ بكميات أصغر من عنصر الإنتاج لكي تقابل طلب جزء محدد من المستهلكين) وعليه يعتبر التكامل الرأسي إجراء من وجهة نظر المجتمع. وفي هذه الحالة ستتضافر القوى لتحقيق تكامل تام بين المنشآت المنتجة للسلع والمنشآت المنتجة للمواد الخام. ولكن إذا كان ($n_1 > n_2$)

بحيث تكون المنشآت المنتجة للسلع أكثر كفاءة في امتصاص المخاطر لأصبح التكامل الرأسي غير كفء من وجهة نظر المجتمع وسوف يؤدي ذلك إلى تكلفة كلية أعلى لعناصر الإنتاج اللازمة لمقابلة طلب جزء صغير معين من المستهلكين، وبالتالي (وتحت فروض المنافسة) تكون منفعة المستهلك المتوقعة أكثر انخفاضاً. في هذه الحالة قد يكون التكامل الرأسي جزئياً أو تاماً، ولكن في كلتا الحالتين يصبح الحافز الخاص بالمنشأة للتكامل بهدف ضمان إمدادات عنصر الإنتاج غير كفء من وجهة نظر المجتمع.

إلا أن الاستنتاجات بخصوص الرفاهية عادة غير قاطعة وهي كذلك في مثالنا الحالي أيضاً. وبالأخص يوضح كارلتون أن المنشآت المتكاملة رأسياً أكثر احتمالاً لأن تقدم تقنية جديدة نافعة عن المنشآت غير المتكاملة. وذلك لأن المنشآت المتكاملة المسيطرة على انتاج عناصر الإنتاج سوف تكون قادرة على (وستجبر على ذلك من خلال المنافسة) دراسة وتبنى التقنيات الحديثة والمفيدة اجتماعياً، بينما المنشآت غير المتكاملة (المنتجة للسلع والمنتجة للمواد الخام) ربما لا تتلقى إشارات سوقية مناسبة تدفعها إلى تغيير من هذا النوع. وعليه فقد يكون هناك ميزات كفاءة حركية للتكامل الرأسي والتي قد تعادل أي عدم كفاءة ساكنة مرتبطة بتحمل غير كفء للمخاطر - ولكن يجب ألا تحجب هذه الحجة حقيقة أن الحافز الخاص بالتكامل بهدف ضمان إمدادات عنصر الإنتاج قد يوجد عندما يكون هذا التكامل غير كفء اجتماعياً حتى ولو كان السوق في تنافس في الأساس.

(8-2-3) فرضية دورة الحياة لستيجلر:

Stigler's Life- Cycle Hypothesis:

لقد قدم ستيجلر (1951) فرضية أكثر شمولاً للتكامل. فباستخدام الرأي المأثور لآدم سميث بأن «تقسيم العمل يحدده اتساع السوق» يجادل ستيجلر بأن تقسيم العمل داخل صناعة معينة (أو بالعكس، درجة التكامل الرأسي) سوف تتغير تبعاً لحجم الصناعة. وقد ساقه ذلك إلى استنتاج أن درجة

التكامل الرأسي في صناعة معينة سوف تتبع دورة حياة تلك الصناعة فيزيد التكامل الرأسي في الصناعات الجديدة، ثم ينقص التكامل كلما نمت الصناعة، ثم تتكامل مرة ثانية عندما تبدأ الصناعة في التضاؤل. وهناك بعض التأييد لهذه الفرضية في تاريخ بعض الصناعات في القرن التاسع عشر والعشرين، وهذه قد توفر تفسيراً مفيداً (في الأجل الطويل) للتغيرات في التكامل الرأسي.

ويبدو أن فرضية ستيجلر تقوم على التباين في علاقات التكاليف وحجم الإنتاج والتي قد توجد في صناعات معينة. لنفرض أن المنتج (X) ينتج في إحدى الصناعات من عناصر الإنتاج الوسيطة (A and B). وبفرض أن هناك وللتبسيط علاقة ثابتة لنسب عناصر الإنتاج إلى الإنتاج، وإن تكلفة إنتاج كل عنصر إنتاجي مستقلة عن إنتاج العنصر الآخر. وأخيراً لنفرض أن (A) ينتج باقتصاديات حجم هائلة في حين أن (B) ينتج باقتصاديات حجم متوسطة أو معتدلة. فالموقف بالنسبة للمنشأة الواحدة موضح في الشكل (8-2) حيث أن منحنيات متوسط التكاليف للعنصرين (A) و (B) كدالة في الإنتاج (X) يمثلها كل من (AC_1) و (AC_2) على التوالي. كذلك نفترض أن إنتاج (X) من (A) و (B) يتم بتكلفة إضافية ثابتة ويمثلها (AC_3). فلو قامت المنشأة بالنشاطات الثلاثة (أي لو أنها متكاملة رأسياً)، إذاً فالمجموع الرأسي لهذه المنحنيات الثلاثة (AC_4) يمثل تكلفة انتاج الوحدة للمنشأة المتكاملة طبقاً للفروض السابقة.

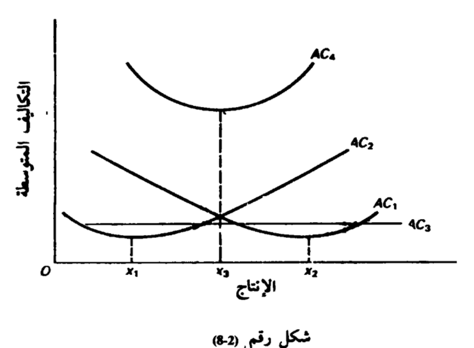
فوفقاً لحجة ستيجلر سوف تميل المنشأة إلى القيام بكل (أو على الأقل بعض) النشاطات السابق وصفها وذلك من خلال المراحل الأولى والأخيرة لدورة حياة الصناعة ولكنها سوف تميل إلى الابتعاد عن هذه النشاطات في المرحلة الوسطى عندما يكون السوق كبيراً ـ ويبدو أن الأساس لرأي ستيجلر هذا هو أن تحقيق الكفاءة في تكلفة انتاج عنصر الإنتاج (A) يحتاج إلى مستوى إنتاجي أكبر من ذلك الذي يحتاجه العنصر (B)، بحيث تملي العوامل التقنية ضرورة التخصص الإنتاجي عند مستويات حجم مختلفة لكل

عنصر إنتاجي. وفي حالة السوق ذي الحجم الكبير بدرجة كافية، فإن النشاطات ذات العلاقات المتنوعة بين التكاليف وحجم الإنتاج يمكن أن تترك إلى المنتجين المتخصصين (الذين قد يكون لديهم ميزات أخرى) في الإنتاج التخصصي مقارنة بالمنشأة المتكاملة، ويرى ستيجلر أن في المراحل المتقدمة والمتأخرة لتطور الصناعة قد يكون السوق صغيراً جداً فلا يكفي لدعم منتجين مستقلين لعناصر الإنتاج (A) و (B)، وفي هذه الحالة يصبح التكامل مفروضاً على المنشآت بالصناعة. كذلك، فقد يجبر عدم كفاية المعلومات وبعض العوامل المعوقة للمنافسة في الصناعات الجديدة والمنشآت على القيام بعدد من النشاطات المتباينة. وفي هذه الظروف قد تعجز المنشآت عن الحصول على كل الخفض في التكاليف المصاحب لتقسيم العمل فتنتج بمستوى دون الكفاءة وبالرغم من أن فرضية ستيجلر تبدو مقبولة، فإن آراءه ليست مقنعة تماماً للأسباب التالية.

أولاً - إذا فرضنا أنه يناقش وضع صناعات تنافسية أساساً بعدد من المنتجين، إذاً فحجة أن السوق الصغير يمنع التخصص في الإنتاج ليست حجة قوية. فبينما المنشأة الواحدة قد تكون غير قادرة على العمل كمنتج مستقل لعنصر الإنتاج (A) لمنتج واحد للسلعة (X)، فليس من الواضح كيف يمكن استبعاد قيام انتاج متخصص لعنصر الإنتاج (A) لكل منتجي السلعة (X). ففي الحقيقة ومن وجهة نظر تقنية، وحتى في السوق الصغير سيكون من المربح قيام تخصص في إنتاج (X) (مثلاً عن طريق المشاريع المشتركة) لكسب بعض اقتصاديات الحجم على الأقل. وكما أوضح ويليامسون (1975) إذا ما بقيت المنشأة على التكامل في الإنتاج تحت هذه الظروف فربما يكون ذلك بسبب تكاليف المبادلات.

ثانياً - إن حجة ستيجلر تتصل بالميزات التي يمكن تحقيقها من انتاج غير متكامل، في وجود التنوع في علاقات التكاليف بحجم الإنتاج أكثر مما تتصل بالتكامل داخل المنشأة. ولا تملي العوامل التقنية ضرورة فسخ تكامل المنشأة في السوق الكبير لأن بإمكان المنشأة أن تنشيء عدداً من النشاطات

المتباينة في مصانع ذات أحجام مختلفة لإنتاج بعض المنتجات لمقابلة احتياجاتها وبعض احتياجات السوق المفتوح. وبالطبع قد يكون من الأكفأ عند نمو السوق أن تشتري المنشأة الخدمات التي كانت متكاملة في السابق ومرة أخرى فهذا الأمر يرجع إلى الخفض النسبي لتكاليف المبادلات السوقية ولا يرجع إلى الاعتبارات التكنولوجية بحد ذاتها.



شكل رقم (8-2)

(8-3) الدوافع الاحتكارية للتكامل الرأسي:
Monopolisitic' Motives For Vertical Integration:

نتناول الآن الدوافع الاحتكارية الممكنة للتكامل الرأسي. من التقاليد القوية في البحث قريبة الصلة بمدرسة شيكاجو، أن من غير المحتمل أن يتم التكامل الرأسي بدافع من الاعتبارات الاحتكارية في كثير من الظروف، وبالتالي فلا يجب أن تكون موضع اهتمام السياسة العامة[10]. وبالإضافة إلى ذلك، ففي الحالات التي تكون فيها دوافع احتكارية فليس بالضرورة أن يكون التأثير ضاراً اجتماعياً. ولكن يتضح أن هذا الاستنتاج قد يكون متفائلاً أكثر مما ينبغي وربما تكون هناك مبررات لاهتمام السياسة العامة في بعض

الحالات. وتعد الدوافع الاحتكارية للتكامل الرأسي مجالاً بحثياً نشطاً في الوقت الراهن، وسوف نتناول بعض النتائج فيما يلي:

فبمجرد إسقاط فروض المنافسة تتضاعف أعداد نماذج التكامل الرأسي الممكنة بصورة هائلة. فمثلاً، بمرحلتين إنتاجيتين وإمكانية وجود احتكار تام أو احتكار للقلة أو منافسة في كل مرحلة انتاجية، يمكن بناء تسعة نماذج. وعلاوة على ذلك، فهذا الحساب يتجاهل التغيرات الأخرى، والتي تنشأ على سبيل المثال بسبب التمييز السعري، وعوائق الدخول وما إلى ذلك. وفيما يلي تبسط النقاش بعض الشيء بأن نضع احتكار القلة جانباً لنتناول النماذج التي تنطوي على الاحتكار التام والمنافسة فقط. وفي القسم (8-2-1) نناقش حالة الاحتكارات التابعة ثم نناقش حالة المحتكر لعنصر الإنتاج وصناعة السلع تحت المنافسة وذلك في القسم (8-3-3).

(8-3-1) الاحتكارات المتتابعة: Successive Monopolies:

ونبدأ هنا بحالة الاحتكارات المتتابعة في عدة مراحل إنتاجية. ويمكن تمييز حالتين هنا: الأولى ـ عندما يكون هناك احتكار ولا توجد لمحتكر السلع قوة احتكار شراء في سوق عناصر الإنتاج، وثانياً ـ عندما تكون هناك قوة احتكار شراء أيضاً بحيث يكون هناك احتكار مزدوج (bilateral) في سوق عنصر الإنتاج وفي سوق عنصر الإنتاج.

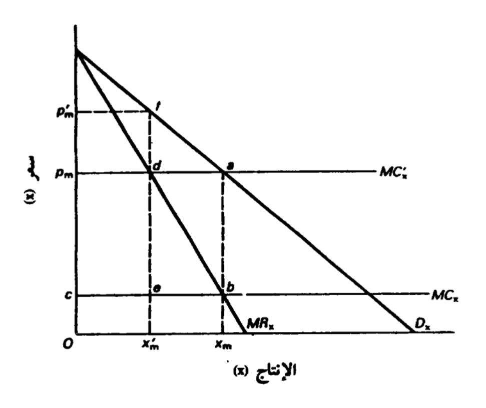
لنفرض أن السلعة (X) نتنج باستخدام عنصري الإنتاج (A) و (B) عنصر الإنتاج (B) يتتج تحت المنافسة بينما كل من (X) و (A) ينتجان تحت الإحتكار، في الحالة الأولى يفترض أن عنصر الإنتاج (A) يستخدم في إنتاج (X) بكميات غير معنوية بالنسبة للإنتاج الكلي من (A). وبناء على ذلك فليس لمنتج السلعة (X) من قوة احتكارية في شراء عنصر الإنتاج (A) لكنه يأخذ سعر (A) كتكلفة إنتاج معطاة. وفي هذه الحالة يضع منتج (A) سعرها ليعظم أرباحه وفي المرحلة التالية يضع منتج (X) سعرها آخذاً في الاعتبار

السعر المعطى لـ (A).

والآن للننظر ماذا يحدث لو عمل المحتكرون بطريقة مستقلة. ونفترض هنا وللتبسيط (دون التأثير على المبادىء الأساسية) أن عناصر الإنتاج تستخدم بنسب ثابتة في نتاج (X). الشكل (8-3) يوضح هذه الحالة في وجود التكاليف الحدية الثابتة لإنتاج (X) (MC_x) ودالة الطلب الخطية (D_x)[11]. ففي ظل فرض النسب الثابتة يمكن لمحتكر عنصر الإنتاج أن يزيد من سعر (A) إلى النقطة التي ينتقل فيها (MC_x) إلى (MC^1_x). وسوف تمكنه هذه السياسة من الاستحواذ على أقصى أرباح المحتكر والتي تساوي المساحة (P_m abc) من الصناعة في حالة ما إذا كانت منظمة تنافسياً بحيث تضع السعر مساوي (P_m) (MC_x'). لكن (x) ينتجها محتكر، وفي وجود (MC_x')، سوف يقيد الإنتاج للمستوى الذي تتساوى عنده (MR_x) و(MC'_x) مما يدفع السعر إلى (MC_x'). فإذا تحقق ذلك، فإن المستهلك النهائي يكون قد ساء وضعه من ناحيتين في وجود الاحتكارات المتتابعة لأن الزيادات السعرية فوق تكلفة الوحدة قد تراكمت، والأسعار قد وضعت فوق مستويات أسعار الاحتكار. ويكون الوضع كذلك بالطبع إذا كانت هناك مراحل إنتاجية أكثر وعدد أكبر من المحتكرين.

وكما يتضح في الشكل (8-3) فإن السياسة التقيدية للمحتكر الثاني لخفض الإنتاج إلى X'_m ينقص أرباح محتكر عنصر الإنتاج من المساحة (P_m abc) إلى المساحة (P_m dec). وتحت فروض دالة الطلب الخطية والتكلفة الحدية الثابتة فإن المساحة (P_m dec) تساوي نصف المساحة (p_m abc) [حيث أن (MR_x) له ضعف انحدار D_x]. في هذه الحالة سوف يعظم المحتكر المنتج لعنصر الإنتاج أرباحه آخذاً في الاعتبار سياسة المحتكر الثاني، وذلك بوضع التكلفة الحدية لـ (X) عند (MC'_x)، حيث يحصل على نصف أقصى ربح ممكن بالسوق[12]. وقد يمثل ذلك توازناً غير تعاوني لذا فمن الواضح أنه إذا ما وضع السعر النهائي عند (P_m)، فإن الأرباح القصوى سوف يمكن تحقيقها بالصناعة. لذا فإن هناك حافزاً على

التعـــاون بين المحتكـــريـن، وقـــد يتـم ذلـــك عن طـــريـق التـفـــاوض ومن الممكن أيضاً أن يتم عن طريق التكامل الرأسي. وفي هذه الحـالة يعتبـر التعاون أو التكامل الرأسي بهدف زيادة الربح أيضـاً كسباً اجتمـاعياً. وفي الشكل (8-3) يلاحظ أن استبدال الاحتكارات المتتابعة بمحتكر واحد متكامل من شأنه أن يخفض سعر السلعة إلى (P_m) مما يزيد من فائض المستهلك بالمساحة (P'_m fd P_m). وكذلك تزيد أرباح المحتكر من المساحة (P'_m fec) إلى المساحة (P_m abc). وبما أن المساحة (P'_m fd P_m) تمثل فائض المنتج المحول إلى المستهلك، إذاً فهناك صافي رفاهية مكتسبة كنتيجة للتكامـل الرأسي مساوٍ للمساحة fabe.



شكل رقم (8-3)

والآن لندرس الحالة الثانية، وفيها منتج السلعة (X) هو أيضاً المشتري الوحيد لعنصر الإنتاج (A). ففي هذه الحالة يكون لمنتج (X) قوة محتكـر الشراء في شراء (A)، وبذلك، فبالإضافة للإحتكارات المتتابعة يكون لديه

حالة احتكار مزدوج في سوق (A) وكما سنرى فهذا يعقد التحليل بعض الشيء، وإن كانت النتيجة التي توصلنا إليها في الحالات الأولى قد تتغير[13].

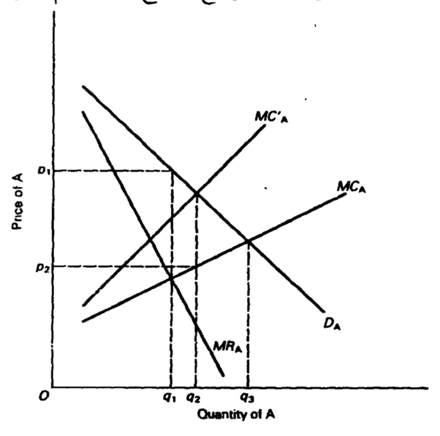
ومن أجل تحليل هذه الحالة نحول الانتباه إلى سوق عنصر الإنتاج (A). وبالإضافة إلى ذلك نفترض الآن ولأسباب ستتضح فيما بعد أن (A) ينتج بتكلفة حدية متزايدة (MC_A) (شكل 4-8). فعنصر الإنتاج (A) يستخدم بنسبة ثابتة مع عنصر الإنتاج (B) لإنتاج السلعة (X). ولذلك فمن الممكن أن نرسم منحنى طلب مشتق لعنصر الإنتاج (A) من منحنى الإيراد الحدي للمنتج (X)[14]. ويمثل هذا المنحنى في الشكل (4-8) بالمنحنى (D_A) ويصاحبه منحنى الإيراد الحدي (MR_A) الخاص بعنصر الإنتاج (A) أيضاً. فلو كان، كما في الحالة السابقة لمنتج عنصر الإنتاج وحده قوة سوقية، فإنه سياسوي بين التكاليفة الحدية وللإيراد وينتج (γ_1) بسعر (P_1).

لكننا الآن، نفترض أن هناك مشترياً واحداً لعنصر الإنتاج (A) والذي قد أدرك أن له قوة احتكارية في الشراء. فلو أن عنصر الإنتاج (A) ينتج تحت المنافسة ويعرض وفقاً للمنحنى (MC'_A)، ليعكس سعر العرض المتزايد (تكلفة الوحدة من المنتج) لعنصر الإنتاج (A) ممثلاً بالمنحنى (MC_A). فسيسعى محتكر الشراء إلى اللامساواة (MC'_A) والقيمة الحدية لـ (A) (ممثلة بـ D_A). ويشتري المنتج γ_2 عند السعر P_2.

ومن الواضح، أن محتكر شراء (A) سيسعى للشراء عند سعر أقل (P_2) عن السعر الذي يرغبه المحتكر البائع (P_1). وهنا تبرز معضلة الاحتكار المزدوج حيث يتحدد السعر الفعلي والكمية عن طريق التفاوض بين الأطراف. وفي إطار التكامل الرأسي نجد أن المصالح المترابطة للمحتكرين تستوجب وضع السعر والكمية التي تعظم أرباح الصناعة من المنتج النهائي (X). ولما كانت منتج (X) هو الوحيد الذي يمكنه الحصول على هذه الأرباح، فذلك يتطلب أن يكون انتاج (A) عند المستوى التنافسي في وجود الطلب المشتق (D_A). فهناك دافع إذاً لوضع الإنتاج (ϑ_3) عند تقاطع (D_A)

و (MC_A)، ويمكن تحقيق ذلك إما عن طريق التفاوض أو بالتكامل الرأسي بين المحتكرين. وطالما أن المساومة في إطار الاحتكار الثنائي قد تميل إلى خفض الإنتاج إلى أقل من (ϑ_3)، فإن كلاً من الأرباح المشتركة والرفاهية الاقتصادية ستكونان أعلى في حالة التكامل الرأسي. ومرة أخرى تنطبق الفكرة القائلة بأن التكامل الرأسي يمحو ممارسات قوى الاحتكار (المتراكمة).

إن من المهم أن نلاحظ في هذا الإطار أن الأرباح والرفاهية الاقتصادية لا تتطلب بالضرورة قيام التكامل الرأسي. فكما لاحظنا، فإن التنسيق الرأسي فضلاً عن التكامل قد ينتج الحل المقبول لمشكلة الاحتكارات المتتابعة. ففي الحالة الموضحة بالشكل (8-4) مثلاً نجد أن التفاوض على من السعر والكمية المنتجة أمر ضروري لتعظيم الأرباح المشتركة. وعلى الأطراف المتفاوضة أن تتفق على تحويل (ϑ_3) من عنصر الإنتاج (A) وأن تتم مفاوضات منفصلة للسعر لتحديد توزيع الأرباح فيما بينهم ويتوقف مدى



شكل رقم (8-4)

نجاح هذه المفاوضات في الوصول إلى حل مرضٍ على اعتبارات تكلفة المبادلات السوقية التي نوقشت في القسم (8-2-1). وقرار التكامل بدلاً عن تنسيق المبادلات في وجود الاحتكارات المتتابعة يعكس في النهاية اعتبارات إخفاق السوق.

(8-3-2) التكامل الرأسي للمحتكر:

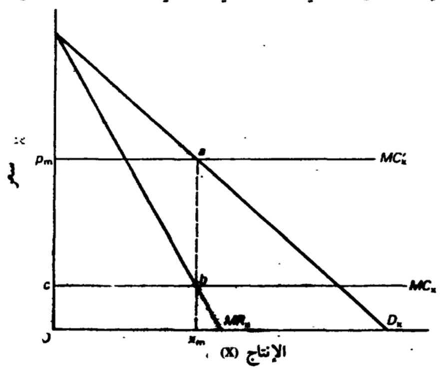
Vertical Integration by a Monopolist:

على عكس ما جاء بالقسم السابق، فإننا نأخذ الآن حالة المحتكر عند مرحلة انتاجية معينة والذي يرغب في التكامل الرأسي مع مرحلة أخرى. ففي نفس اتجاه معظم الدراسات التي تمت عن هذه القضية، نفترض أن محتكراً منتجاً لعنصر الإنتاج يرغب في التكامل إلى الأمام مع صناعة تنافسية. وأن السلعة (X) تنتج أساساً بواسطة صناعة تنافسية تستخدم عناصر الإنتاج (A) و (B)، حيث أن A) ينتجه محتكر و (B) ينتج في ظل المنافسة. والسؤال القائم هو هل للمحتكر من دافع للإستحواذ على انتاج (X)؟ والإجابة عن هذا السؤال تعتمد على ما إذا كانت عناصر الإنتاج تستخدم بنسب ثابتة أو متغيرة في إنتاج (X).

ولنأخذ أولاً الحالة التي يستخدم فيها (A) و (B) بنسبة ثابتة لإنتاج (X) ففي هذه الحالة ليس هناك من دافع للمحتكر لكي يتكامل إلى الأمام حيث أن في إمكانه أن يحصل على كل أرباح المحتكر من السوق في وضعه الراهن. ويوضح الشكل (8-5) هذه النتيجة[15]. فبفرض أن الطلب على (X) تمثله الدالة الخطية (D_x) وأن التكاليف الحدية لإنتاج (X) ثابتة (المنحنى MC_x). وهذا المنحنى الأخير عبارة عن المجموع الرأسي لمنحنيات التكاليف الحدية الثابتة لكل من عنصر إنتاج (A) و (B) (غير مرسوم). فلو أخذنا الوضع بعد التكامل أولاً، فإن منتج (X) المحتكر سوف يضع الإيراد الحدي (MR_x) مساوياً لـ (MC_x) وينتج (X_m) عند سعر المحتكر (P_m). وبالتالي يتحصل على أقصى ربح من الصناعة مساوٍ للمساحة (P_m abc). ولكن قبل

التكامل وكما رأينا مسبقاً، فإن منتج (A) المحتكر يمكنه أن يتحصل هو الآخر على نفس الأرباح دون احتياج لأن يتكامل إلى الأمام. وبالتحديد فإنه سوف يرفع من سعر عنصر الإنتاج (P_A) فوق تكلفته الحدية (MC_A)، حتى ينتقل منحنى التكلفة الحدية لإنتاج (X) إلى (MC_x') في الشكل (8-3). وهذه أيضاً ستؤدي لإنتاج (X_m) وسعر (P_m) (لأن السعر يساوي التكلفة الحدية للسلعة (X) تحت المنافسة). ويحصل عنصر الإنتاج (B) على نفس الإيراد الكلي تماماً كما في الحالة السابقة، وبالتالي يحقق المحتكر ربحاً مساوياً للمساحة (P_m abc).

وهذه هي النتيجة الأساسية لدالة الإنتاج إلى النسب الثابتة. فعندما تستخدم عناصر الإنتاج بنسب ثابتة في إنتاج السلعة (X)، فإن احتكار أي من عناصر الإنتاج يساوي احتكار انتاج السلعة النهائية (X). ولذلك فليس هناك من دافع احتكاري لمنتج عنصر الإنتاج (A) لكي يتكامل إلى الأمام في صناعة (X) أو ليتكامل (لهذا الهدف) في إنتاج العنصر الإنتاجي الثاني (B) ولن يجدي التكامل الرأسي أو الجانبي إلا في حالة ما إذا فشل المحتكر



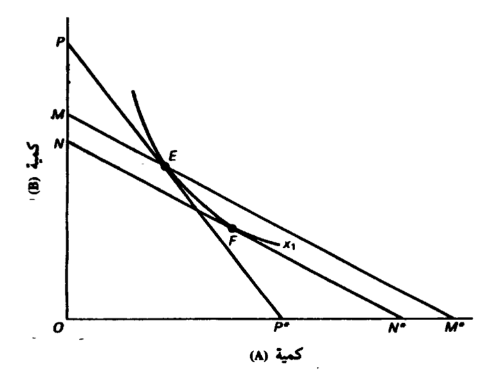
شكل رقم (8-5)

المنتج لعنصر الإنتاج في الحصول على أرباح المحتكر في سوقه (كنتيجة لتنظيم السعر). وفي غياب هذا التأثير، لا يكون هناك دافع احتكاري للتكامل الرأسي، وهذه النتيجة بالإضافة إلى النتائج الأخرى التي نوقشت في القسم (8-3-1) تشكل وجهة النظر الأساسية القاضية بأن التكامل الرأسي الناتج عن الدوافع الاحتكارية ليس من الأمور موضع اهتمام السياسة العامة.

وهذه النتيجة لا تنطبق عندما تستخدم عناصر الإنتاج بنسب متغيرة في إنتاج (X). فإذا كانت هناك قابلية للإحلال بين عناصر الإنتاج (A) و (B) في إنتاج السلعة (X)، فسيجد محتكر العنصر (A) أن نسب متناقصة من هذا العنصر سوف تستخدم كلما رفع سعر العنصر (A). ولذلك فلن يتمكن من الحصول على أرباح المحتكر مكتملة من صناعة (X) وعليه يكون هناك دافع للتكامل الرأسي. وهذا الدافع كما سنرى، ينطوي على كسب في الكفاءة نتيجة للتخلص من أي إنحرافات (distortion) في سعر عنصر الإنتاج. وبالإضافة إلى ذلك فقد يؤثر التكامل الرأسي في السعر أو الإنتاج من (X)، مما يزيد من دوافع التكامل.

وقد قام كل من فيرنون وجراهام Vernon and Graham (1971) بإيضاح هذه الحجة بطريقة رائعة (الشكل 8-6). فعلى عكس منحنى الإنتاج المتساوي قائم الزاوية (L) الذي يمثل تقنية النسب الثابتة، فإننا نفترض منحنيات السواء ذات الإنحدار السالب والتي تعكس معدل الإحلال الفني الحدي المتناقص (MRTS) بين عناصر الإنتاج. وأحد هذه المنحنيات ويمثل التوليفات من (A) و (B) والتي يمكن أن تستخدم لإنتاج المستوى (X_1) بالشكل (8-6). فقبل التكامل يضع محتكر إنتاج عنصر الإنتاج (A)، السعر (P_A) فوق التكلفة الحدية (MC_A)، فينشأ عن ذلك خط التكاليف المتساوية (PP^*) بانحدار يعكس النسبة بين (O_A) إلى التكلفة الحدية للعنصر (B)، (MC_B). وبهذا الخط للتكاليف المتساوية سوف تستخدم عناصر الإنتاج بالنسبة (E) في إنتاج (X_1). فإذا كان عنصر الإنتاج (A) يباع بتكلفته الحدية لكانت خطوط التكاليف المتساوية أقل انحداراً مثل $(^*MM)$ و $(^*NN)$ وقد رسم

(MM) ليمر خلال النقطة (E) بحيث يكون ربح منتج (A) المحتكر (مقيساً بوحدات B) مساوياً لـ (PM)[16]. والآن لنفرض أن التكامل قد تم وأن التحريف في سعر عنصر الإنتاج قد تم التخلص منه. فسيتم انتاج (X_1) عند النقطة (F) وتزيد المنشأة المتكاملة أرباحها بمقدار (MN) (بوحدات من B). وتكون هذه الزيادة في الأرباح دائماً موجبة في حالة النسب المتغيرة. وبالإضافة إلى ذلك فهي الحد الأدنى للأرباح التي قد يحققها المحتكر المتكامل إذ أنها تفترض ثبات مستوى الإنتاج عند (X_1). فإذا كان من الأمثل للمحتكر المتكامل أن يغير من السعر والإنتاج من (X)، فلا بد أن تزيد الأرباح بمقدار أكبر من (MN).



الشكل رقم (8-6)

إن الرأي القائل بأن المحتكر لديه الدافع للتكامل إلى الأمام في حالة النسب المتغيرة لا يعني أن الرفاهية الاقتصادية قد انتقصت. ففي الواقع، في الحالة التي لا يكون فيها تغير في السعر والكمية المنتجه من (X) في أعقاب

التكامل، فإن المحتكر يمكنه أن يزيد من الربح بمجرد إزالة التحريف في سعر عنصر الإنتاج والذي كان مطبقاً على المورد (A) مسبقاً. لذلك، فهناك تحسن في كفاءة استخدام الموارد كنتيجة للتكامل الرأسي والمكاسب الناتجة عنه تتدفق مباشرة إلى المحتكر. هذه المكاسب تعد تحسناً في الكفاءة تبعاً لتعريف «باريتو» بالرغم من أن البعض قد لا يتفق حول كيفية توزيع هذه المكاسب. ولكن عندما يكون سعر (X) متغيراً، وخاصة عندما يرتفع، فإن رفاهية المستهلك سوف تتأثر، ويصبح حسابها أكثر تعقيداً. ولذا فمن المهم معرفة كيف سيتغير سعر (X) وكيف يتصل ذلك بالتأثير العام على الرفاهية.

ولسوء الحظ، فإن تأثير التكامل الرأسي على سعر (X) والرفاهية الاقتصادية لا يمكن أن يحدد بصفة عامة. وقد تناول وارن وبولتون Warren and Bolton (1974)[17] حالة هامة وخاصة لظروف الطلب والإنتاج والتي تلقي الضوء على هذه القضايا. فقد افترضا نموذجاً ذا مرونة ثابتة للإحلال؟ (دالة إنتاج CES) للسلعة (X)، وتكلفة ثابتة لعناصر الإنتاج، ومرونة سعرية ثابتة للطلب على (X). وينتج هذا النموذج قدراً كبيراً من التغير في المعالم، وتسمح بصفة خاصة باختبار أثر التغير في مرونة الإحلال بين عناصر الإنتاج[6]. وباستخدام أساليب التحليل الكمية والوصفية، فحص وارن وبولتون، وبصفة خاصة، كيف يؤثر التغير في قابلية عناصر الإنتاج للإحلال (بزيادة 6 من الصفر إلى ما لا نهاية) على سعر (X) والرفاهية الاقتصادية.

وفي الحالة التي تكون فيها مرونة الإحلال مساوية للواحد الصحيح ودالة الإنتاج مبسطة إلى صيغة كوب ـ دوجلاس (Cobb-Douglas)، فإن من الممكن تحليلياً إثبات أن التكامل الرأسي إلى أسفل بواسطة منتج عنصر الإنتاج المحتكر يؤدي إلى زيادة سعر المنتج النهائي. وعلى أساس هذا التحليل، أثبت وارن وبولتون أنه يمكن الحصول على نفس النتائج لكل قيم مرونة الإحلال التي تزيد عن الصفر. وقد جاءت هذه النتائج مطابقة للمتوقع، إذ أن في وجود الإحلال بين عناصر الإنتاج فإن المحتكر غير المتكامل سوف يكون مقيداً في مقدرته على تغيير سعر عنصر الإنتاج (P_A)،

ومن ثم فمن المحتمل أن يكون سعر المنتج (P_x) أقل من سعر الاحتكار التام[18].

فإذا أدى التكامل الرأسي إلى زيادة سعر السلعة، فالمستهلك دون شك في وضع أسوأ. لكن ولأن التكامل الرأسي ينطوي على تحسن في الكفاءة فهناك مجال لتعادل التأثير العام على الرفاهية. فقد وجد وارن وبولتون عند معاملة فائض المستهلك والمنتج بنفس الطريقة أنه عندما يتمكن المحتكر من وضع السعر دون قيود بهدف تعظيم الربح بعد التكامل، فإن المرونة المنخفضة للإحلال تؤدي إلى كسب في الرفاهية وأن المرونة العالية تؤدي إلى فقد في الرفاهية. وعموماً ففي حالة دالة الإنتاج من نوع «كوب ـ دوجلاس» ($6 = 1$) يتسبب التكامل الرأسي في فقد في الرفاهية، وهناك قيمة حرجة (6_1) بين الصفر والواحد الصحيح (والتي تعتمد على قيمة المعالم الأخرى) إذا زادت عنها يؤدي تعظيم ربح التكامل الرأسي إلى فقد في الرفاهية (أي أعلى من 6_1). ولذلك ففي حالة غياب القيود يبدو أن آثار زيادة السعر المترتبة على التكامل الرأسي تفوق الكفاءة المكتسبة عندما تكون مرونة الإحلال مساوية للواحد الصحيح أو أكبر. ولكن، قد تخضع هذه النتائج إلى شرط فني هام[19]

وتعد هذه النتائج بمثابة مؤشر للآثار المترتبة على التكامل إلى الأمام بواسطة منتج عناصر الإنتاج المحتكر، وتوضح أنه، عندما يمكن استخدام عناصر الإنتاج بنسب متغيرة يكون هناك فقد في فائض المستهلك وفي رفاهية المجتمع. لكن في الممارسة الواقعية، تكون هناك تعقيدات إضافية، مثل إنفاج محتكر القلة في السلع، والحيازة الجزئية للمنشآت المنتجة للسلع، ومن الواجب اعتبار ذلك[20]، وهذه المشاكل بالإضافة إلى التعقيد العام للمشكلة الأساسية، يعني صعوبة وضع قواعد مبسطة لأثر التكامل الرأسي على الرفاهية. وفي عبارة عامة، فإن الزيادة الملحوظة في سعر السلعة المنتجة والمرونة المعتدلة للإحلال بين عناصر الإنتاج قد تكون سبباً لاهتمام السياسة العامة بالتكامل الرأسي، ومن الصعب أن تكون أكثر تحديداً.

ويوحي التحليل إلى أن السيطرة على سعر السلعة سيكون شرطاً كافياً لضمان عودت التكامل الرأسي بآثار مفيدة على الرفاهية في هذه الحالة.

والمثل الرئيسي للتكامل إلى الأمام بواسطة المحتكر في السنين الأخيرة في الصناعة البريطانية هي حالة منتج الرايون (الحرير الصناعي) كورتولدز Courtaulds. ويصنع الرايون من ألياف السليلوز ويستخدم كعنصر إنتاجٍ مع الألياف الطبيعية (قطن وصوف... إلخ) وألياف صناعية (نيلون مثلاً)، في صناعة المنسوجات. وفي استخدامات كثيرة يستبدل الرايون بألياف أخرى. وقد يوحي التحليل السابق بأن هناك دافعاً للمنتج (Courtoulds) ليتكامل إلى الأمام في صناعة المنسوجات وهذا بالفعل ما حدث. لقد أوضح كولينج (1980) أن كورتولدز قد استحوذ على جزء كبير من صناعات المنسوجات (غزل نسيح، أشغال الإبرة، إلخ) بسياسة نشطة للإستحواذ (بالإضافة لبعض الاسثمارات الجديدة في النسيج). فللوهلة الأولى قد يبدو الدافع لهذه التحركات واضحاً: لتمديد القوة الاحتكارية عن طريق التكامل الرأسي ولزياد استخدام الرايون في إنتاج المنسوجات، ولكن لم يكن كولينج قادراً على اكتشاف هذا التأثير، بالرغم من أن البيانات التي اختبرت كانت على درجة عالية من التجميع، وبالتالي ربما لم تكن ذات حساسية كافية لتمكنه من عزل التأثير. وبناء على ذلك فإننا لا نستطيع في الوقت الراهن أن نعرف إذا ما كان ذلك عاملاً مهماً في سياسة كورتولدز، وعما إذا كانت ردود الفعل الاجتماعية للسياسة يمكن تحديدها.

(8-3-3) عوائق الدخول: Barriers to Entry:

لقد رأى البعض أن التكامل الرأسي في الإنتاج قد يزيد عوائق الدخول إلى السوق وسوف نتناول هنا وبإيجاز اثنين من هذه الآراء. عندما يقوم التكامل الرأسي بهدف تحقيق الكفاءة، قد يعاني المنافسون غير المتكاملين من مساوىء تكاليفية في مراحل انتاجهم. وبالإضافة إلى ذلك، فعندما تسيطر المنشأة المتكاملة على إمدادات عناصر الإنتاج، أو على

إنتاج السلع أو على التوزيع، فقد يعاني المنافسون غير المتكاملين من بعض المساوىء. فقد يصبحون عرضة لوسيلة التسعير النهبي (Predatory Pricing) أو خدمات بمستوى غير مرضٍ أو حتى يرفض أمدادهم بعنصر الإنتاج. وفي كل الأحوال فهناك مخاطر إضافية للمنشأة الجديدة الداخلة في هذه الظروف وقد يسمح ذلك للمنشأة المتكاملة بالحصول على أرباح احتكارية أكبر في الأجل الطويل عما يكون عليه الحال بدون التكامل الرأسي.

أحد طرق التغلب على هذا العائق هو أن تدخل المنشأة الجديدة في شكل متكامل مماثل لدرجة تكامل المنشآت القائمة. والحجة المعارضة لهذا هي أن دخول التكامل الرأسي يعني احتياجات رأسمالية كبيرة عن تلك اللازمة للدخول غير المتكامل وبذلك ينشأ عائق الاحتياجات الرأسمالية للدخول[21]. فإن رفع تكلفة رأس المال و/أو عدم القدرة التامة للداخل الجديد على توفير رأس المال اللازم للدخول المتكامل قد تقدم الحماية لأرباح المنشآت القائمة. لكن وكما لوحظ في الفصل الرابع فبينما قد تؤدي مشاكل توفير رأس المال إلى انقاص العدد المحتمل للمنشآت الداخلة فالإحتمال الأكبر هو أن يكون التأثير على المنشآت الصغيرة الراغبة في الدخول. فقد لا تخضع المنشآت الكبيرة لنفس المصاعب التي تلقاها المنشآت الصغيرة في سوق رأس المال، ولذلك فليس من الواضح إن كان بمقدور المنشآت القائمة المتكاملة أن تحقق أرباحاً في الأجل الطويل دون إغراء منشآت جديدة بالدخول. ولكن قد تتمتع المنشآت القائمة بقدر قليل من المزايا على تلك المحتمل دخولها، وذلك لأن استقرار المنشآت القائمة قد يمنحها ميزة تكاليفية على الداخلين الجدد في الحصول على رأس المال. وذلك عن طريق تقليل المخاطر المعنوية للمقرضين.

ولا تعتبر الاحتياجات الرأسمالية بمثابة المصدر الوحيد لعوائق الدخول المتكامل فالإمكانية الثانية تظهر عندما تتم بعض عمليات الإنتاج بترخيص فيمتد عائق الدخول هذا إلى مراحل إنتاج أخرى من خلال التكامل الرأسي. وكمثال لهذا عندما يكون هناك عدد محدود من المستودعات المرخص لها

ببيع السلعة (البيبسي كولا مثلاً) والتي تملكها المنشآت المنتجة. فمن خلال التكامل إلى الأمام بضم مستودعات البيع بالتجزئة يضمن المنتجون سوقاً مغلقاً لإنتاجهم. وبالإضافة إلى ذلك فرفض المنشآت القائمة قبول بيع منتجات غيرهم بمستودعاتهم يخلق عوائق أمام دخول منشآت جديدة فتحافظ بذلك على هوامش ربح الصناعة. ولا يعمل هذا النظام بدقة تامة، إذ أن هناك نسبة من المستودعات غير مقيدة بالتراخيص، كما وأن المنشآت الجديدة قد تنتج لتبيع عند باب المصنع. وبالإضافة إلى ذلك، فقد تقبل المستودعات بعضاً من إنتاج الغير، كما قد يمكن شراء بعض المستودعات القائمة. إلا أن أرباح المنشآت القائمة دائماً فوق مستويات المنافسة، وليس هناك من شك في أن المستودعات المرخصة قد أسهمت في هذه النتيجة.

(8-4) ملخص واستنتاجات: Summary and Conclusion:

تناولنا في هذا الفصل اقتصاديات التكامل الرأسي، عندما تعمل المنشأة في مرحلتين (أو أكثر) من مراحل الإنتاج المتعاقبة. وقد رأينا أن هناك العديد من الدوافع لمثل هذا التكامل وقد نوقش العديد منها. وفي النهاية، كم لاحظنا في القسم (8-2-1) فإن القرار بالتكامل هو قرار باستبدال المبادلات السوقية بالتنسيق الداخلي، و (بهدف تعظيم الربح) يتخذ هذا القرار على أساس خفض تكاليف المبادلات السوقية. ويعد هذا بمثابة الأساس لأي قرار بتكامل النشاطات داخل المنشأة بدلاً عن الاعتماد على المبادلات السوقية و/أو العقود طويلة أو قصيرة الأجل مع غيرها من المنشآت.

ولكن هناك عوامل مختلفة وراء الدافع للتنسيق الرأسي أو/والتكامل. فقد توجد الدوافع لمثل هذا التكامل بسبب الاعتماد التقني المتبادل أو اللايقين بالسوق أو كنتيجة لاعتبارات دورة حياة الصناعة. وبالإضافة إلى ذلك فقد توجد دوافع احتكارية للتكامل. وعلى الرغم من أن هذه الدوافع ليست ضارة اجتماعياً بالضرورة إلا أن هناك بعض الأسباب للإهتمام بالتكامل

الاحتكاري خاصة فيما يتعلق بالقيود على تبادل عناصر الإنتاج وكذلك تأثيرات عوائق الدخول الممكنة.

وليست هناك اجماعاً في الوقت الراهن على تفسير أسباب التكامل الرأسي ومؤثراته. ومن الواضح أن التكامل الرأسي قد يكون محايداً في آثاره أو أن يكون فيه نفع للمجتمع (مثلاً عندما ينطوي على وفر في التكاليف)، أما في الظروف التي قد يكون للقوة السوقية فيها آثار ضارة، فمن المفضل أن ندرس المشاكل الممكنة بصورة انفرادية بدلاً من استخدام القواعد العامة. وقد استخدم مثل هذا المنهج وإلى حد ما ببريطانيا (كما لوحظ في مقدمة هذا الفصل)، وقد اتضح أنها السياسة الأكثر ملاءمة للتكامل الرأسي، نسبة للقضايا المعقدة التي يتضمنها.

ملاحظات:

(1) للمزيد من التفاصيل يمكن الرجوع إلى لجنة الاحتكارات (1968) وكولينج (1980).

(2) مسح مفيد تجده في كازرمان Kaserman (1978) وكاسون Casson (1984) وارجع أيضاً للدراسة المبكرة لـ أوي وهرتر Oi and Harter (1973).

(3) لمزيد من النقاش ارجع إلى ريتشاردسون Richardson (1972).

(4) لنتائج ويليامز تطبيقات أوسع من التكامل الرأسي (ارجع أيضاً للفصل التاسع) لكننا نقصر اهتمامنا على التكامل الرأسي.

(5) كما لوحظ في دراسة كوز فمن المحتمل أن تكون هناك أضرار لزيادة التكامل، للنقاش عن هذه النقطة ارجع إلى ويليامز (1975، فصل 3).

(6) اطلع مثلاً على فلاهيرتي Flaherty (1981).

(7) يفترض كارلون وللتبسيط أن المشتري يتعامل مع منشأة واحدة وأن المنتج لا يتم تبادله (بيعه) بين المنشآت. ويمكن تعديل الفرض الأول

ليسمح للمشترين بالتعامل مع أكثر من بائع مع وجود التكاليف المناسبة للبحث عن السلعة ولكن هذه التعديلات سوف لا تغير من النتائج الأساسية.

(8) لقد استخدمنا تعاريف كارلتون هنا حتى تتماشى مع تلك التي استخدمناها في مواضع أخرى من هذا الفصل.

(9) لقد لوحظ التكامل الجزئي من هذا النوع مرات عديدة في الدراسات السابقة. اطلع مثلاً على كارلتون (1979, pp. 207-8) وارجع إلى أوي وهيرتر (1973, pp. 244-7) لأمثلة مختلفة عن التكامل الجزئي إلى الأمام في خدمات المواصلات.

(10) اطلع مثلاً على يورك (1954) أو ماكجري وباسيت (1976).

(11) لقد تأسس التحليل الذي قدم هنا على دراسة سينجر Singer (1968, pp. 208-9). اطلع أيضاً على دراسة جرينهت وأوتا Greenhut and Ohta (1976).

(12) يمكن تعميم هذه النتيجة على بعض (وليس كل منحنيات الطلب غير الخطية) اطلع على جرينهت وأوتا (1979) و Perry (1978). هذه النتيجة لا تتحقق في حالة التكاليف غير الثابتة. ارجع إلى هاينج وكازرمان Haring and Kaserman (1978).

(13) المرجع المتعارف عليه عن حالة الاحتكار الثنائي هو ماكلب وتابر Machlup and Taber (1960).

(14) بالتحديد إذا فرضنا أن (A) و (B) يخلطان لإنتاج (X)، وقد عرفت الوحدات بحيث أن وحدة واحدة من (A) ووحدة واحدة من (B) تنتج وحدة من (X) (أي دالة انتاجية ذات معاملات ثابتة مساوية للوحدة) إذا فالتكلفة الحدية لـ (X) ($MC_x = P_A + P_B$)، حيث أن (P_A) و (P_B) هي أسعار عناصر الإنتاج وسيضع المنتج المحتكر لـ (X) الإيراد الحدي (MR_x) مساوياً للتكلفة الحدية (MC_x)، وبذلك يكون.

$MR_X = (P_A + P_B)$ وبالتالي $[P_A = (MR_X - P_B)]$ ولما كان P_B السعر التنافسي لعنصر الإنتاج وهو ثابت، و $(X = A)$ وفقاً للفروض السابقة، فالمعادلة $[P_A = (MR_x - P_B)]$ هي دالة الطلب العكسية لعنصر الإنتاج (A) (D_A في الشكل 8.4).

(15) اطلع على ستيجر (1968) وجرينهت وأوتا (1976).

(16) لاحظ أن معادلة خط التكاليف المتساوية هو $(Y = P_A A + P_B B)$ أو بإعادة ترتيب الرموز $[B = (Y/P_B) - (P_A/P_B) A]$ حيث أن (Y) هي التكاليف النقدية. وعليه يقيس تقاطع خط التكاليف المتساوية مع المحور الرأسي (Y/P_B) التكاليف بوحدات من (B). وبناء على هذا فإن (PM) (في الشكل 6-8) هي التكاليف الإضافية بوحدات من (B) اللازمة لإنتاج (X_1) عند النقطة (E) حيث $(P_A > P_B)$ مقارنة بـ $(P_A = MC_A)$ (أي الربح الراجع لـ A). وبالمثل فإن (MN) (في الشكل 6-8) تبين الوفر في التكاليف الناجمة عن التكامل إلى الأمام مقيساً بوحدات من (B).

(17) اطلع على سكمالينس (1973) وهالي (1973).

(18) لقد أوضحت البحوث الحديثة أنه وتحت فروض وارن وبولتون قد ينخفض سعر المنتج إذا ما كانت $(0 < 6 < 1)$ لكنه وبالتأكيد يزيد إذا كانت $(6 \geq 1)$. وقد تبين أن الحالات الشاذة والتي ينخفض فيها سعر المنتج بعد المتكامل الرأسي تكون مرتبطة بمرونة سعرية لطلب السوق قريبة للواحد الصحيح. اطلع على ماليك وناهاتا Mallela and Nahata (1980).

(19) في الحالة التي تزيد فيها مرونة الاستبدال عن الواحد الصحيح يمكن إنتاج (X) من عنصر الإنتاج (B) فقط. لذا فبعد التكامل إلى الأمام بواسطة محتكر عنصر الإنتاج، قد يقيد سعر المنتج بعد التكامل بالسعر الذي يمكن عنده للمنتج المستقل أن ينتج (X) من عنصر الإنتاج (B)

فقط. وعندما يكون هذا القيد فعالاً والمحتكر غير قادر على زيادة سعر المنتج للمستوى المرغوب فقد يصبح التأثير الإجمالي على الرفاهية موجباً مرة ثانية عند قيمة حرجة لـ (6_u) أعلى من الواحد الصحيح. وفي هذه الحالة، سوف يشاهد الفقد في الرفاهية فقط عندما تكون ($6 = 1$) تقريباً، وإن كان المدى على وجه التحديد يعتمد على قيم معالم أخرى بالنموذج.

(20) ارجع على سبيل المثال إلى سكماليـنس (1973) وواترسون (1982 b).

(21) ارجع مثلاً إلى كومانور (1967 b) ونقاش ماكجي الملحق.

الفصل التاسع
التجمع المتنوع (*)
CONGLOMERATE DIVERSIFICATION

لقد شهدت السنوات الأخيرة اهتماماً متزايداً بالمنشآت الكبيرة المتنوعة وآثارها الممكنة على دورات الاقتصاد. فالآن نجد المنشآت الكبيرة المتنوعة تعمل في مجالات تتراوح بين صناعات الأغذية إلى مسحوق الصابون، أو من الفندقة إلى السلع المعدنية. وتشكل هذه المنشآت نسبة كبيرة من النشاط الاقتصادي الذي كان من الممكن أن تقوم به منشآت منفصلة. ولذلك فهناك علامة استفهام عن الآثار الممكنة للتنويع على الرفاهية الاقتصادية، وهذا بالإضافة لقضايا أخرى هي محور نقاشنا في هذا الفصل.

وحيث المبدأ يمكن إطلاق أسماء متنوعة على أي منشأة تقوم بإنتاج أكثر من سلعة، إلا أنه من الأنسب أن نضيق هذا التعريف بعض الشيء. وعليه، فالمنشأة التي تنتج عدداً من البدائل القريبة (مثلاً ماركات من مسحوق الصابون) تعتبر عادة متكاملة أفقياً وليست متنوعة، بينما المنشأة التي تنتج سلعاً أو خدمات تتميز بعلاقات معنوية بالنسبة للمدخلات والمخرجات تعتبر عادة متكاملة رأسياً. فالتنويع كما يعرف هنا لا يشمل انتاج البدائل أو السلع المرتبطة من خلال التكامل الرأسي[1].

(*) سنستخدم «التنوع المتجمع» أو «التجمع المتنوع» حسب ما هو مناسب للدلالة على المنشأة التي تقوم بعدة نشاطات إنتاجية مختلفة (Conglomerate DiversiFication).

ومع ذلك يمكن التمييز بين عدد من أصناف التنويع. ففي الولايات المتحدة مثلاً صنفت لجنة التجارة الفدرالية التنويع إلى ثلاثة مستـويات[2]. «تنويع امتداد المنتج» (Product extension diversification) ويشمل انتاج سلع تتصل لدرجة ما في الإنتاج أو الطلب. فعندما تتصل السلع ببعضها البعض في الطلب، يشار إلى التنويع بـ «تمركز تسويقي». بينما في حالة العلاقات في الإنتاج يشار إلى التنويع بـ «تمركز تقني». ويشير «تنويع امتداد السوق» إلى بيع المنتج في أسواق متميزة جغرافياً. وأخيراً ينطبق اصطلاح «التجمع المتنوع الصافي» على المنشأة التي تنتج سلع تبدو عديمة الصلة في الإنتاج أو الـطلب. وسوف لن نناقش التنويـع الجغرافي بصـورة مباشـرة في هذا الفصل، ويجب ألا نغفل أهمية التمييز بين الأسواق المحلية والإقليمية في بعض الصناعات، وأن الأفكار المتصلة بتنويع المنتج في حد ذاته قد تنطبق أيضاً على تنويع امتداد السوق.

نناقش في المبحث (9-1) مقاييس التنـويع إلى جـانب الدلائـل على اتجاهاتها الزمنية في الصناعة البريطانية. وفي المبحث (9-2) نتناول الدراسات النظرية والعملية عن محددات التنويع. وأخيراً، وفي مبحث (9-3) ننظر في التأثيرات التنافسية الممكنة للتنويع بالإضـافة إلى بعض الـدلائل التجـريبية المحدودة عن علاقة التنويع بالأداء الاقتصادي.

(9-1) التنويع ـ مقاييس وأدلة :

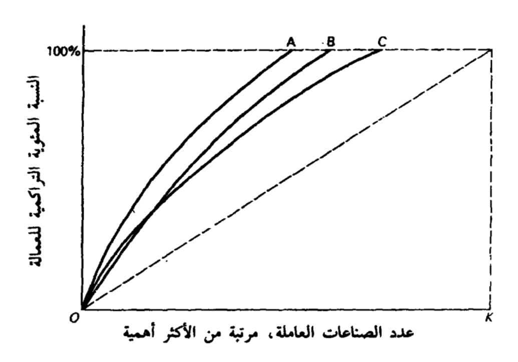
Diversification - Measures and Evidence:

(9-1-1) مقاييس التنويع : Measures of Diversification:

إن مقاييس التنويع تماثل في الأساس مقـاييس التركيـز (انظر مبحث 2-1). فمقياس التركيز يلخص العدد والأحجام النسبية للمنشـآت في سوق معين. وبالمقابل يلخص مقياس التنويع العدد والأحجام النسبية للصناعات التي تعمل فيها منشأة معينة. ولذلك فالأعجب أن نجد أن المؤثرات المقترحة

كمقاييس للتنويع ذات صلة قريبة بمؤشرات التركيز المعهودة. وسنناقش خمس مؤشرات بسيطة فيما يلي:

ومن المفيد أن نبدأ بما يمكن أن نسميه بمنحنى التنويع وهو يماثل منحنى التركيز الذي درسناه في الفصل الثاني. ويمثل هذا المنحنى العلاقة بين النسبة التراكمية للعمالة بالمنشأة (أو أي مقياس آخر لحجم المنشأة) والعدد التراكمي للصناعات التي تعمل فيها المنشأة، مرتبة من الأكثر إلى الأقل أهمية. والشكل (9-1) يصور ثلاثة من هذه المنحنيات للمنشآت (A و B و C).



شكل رقم (9-1)

وكما جاء نقاشنا في الفصل الثاني، قد نلاحظ:

أولاً - أن المنحنيات بالشكل (9-1) مقعرة من أسفل، وفي النهاية تصبح خطوطاً مستقيمة. ويعكس ذلك تراكم العمالة من أكبر صناعة تعمل فيها المنشأة، وينطبق المنحنى على خط المحور عندما تعمل المنشأة في عدد من الصناعات بنفس مستوى العمالة. وعليه، فإن درجة تحدب المنحنيات تعكس

اللامساواة النسبية في توزيع النشاطات الصناعية للمنشأة يعكسه تحدب المنحنى، وعدد الصناعات التي تعمل فيها بعكسه ميل الخط الواصل بين نقط النهاية لكل منحنى.

ثانياً - المنحنيات الأعلى تشير إلى التركيز أو التخصص الأعلى في النشاطات الصناعية للمنشأة. وعليه فالمنشأة أكثر تنوعاً كلما كان منحنى التنويع أقل ارتفاعاً ويمكننا القول بأن المنشأة أكثر تنويعاً إذا ما وقع منحنى التنويع الخاص بها أسفل منحنى تنويع غيرها من المنشآت. ففي الشكل (9-1) مثلاً، المنشآة (C) تعتبر أكثر تنويعاً من المنشآة (A)، لأن لأي عدد من الصناعات التي تعمل بها (مرتبة حسب أهميتها للمنشأة) المنشأة (C) لها نسبة أصغر من نشاطاتها مرتبطة بهذه الصناعات. فإذا كانت هناك (K) صناعة، فالمنشأة ذات التنويع التام سوف تعمل بنشاط متساوٍ في جميع الـ (K) صناعة (كما هو موضح بخط المحور المتقطع في الشكل).

وأخيراً، فعندما تتقاطع منحنيات التنويع، فليس هناك من ترتيب واضح للمنشآت حسب تنويعها. ففي الشكل (9-1) نجد أن المنشأة (C) تعمل في أسواق أكثر عما هو الحال بالنسبة للمنشأة (B) لكنها أيضاً لها عدد أكبر من عمالها مركز في عدد محدود من الصناعات. ويعتمد الحكم على أي المنشأتين أكثر تنويعاً على الأهمية (الأوزان) التي نعلقها على الأجزاء المختلفة من منحنى التنويع. وكما هو الحال بالنسبة للتركيز، فإن المؤشرات المختلفة تعطي أهميات مختلفة للأجزاء المختلفة من المنحنى، وبالتالي قد تشير إلى ترتيبات مختلفة للمنشآت عندما تتقاطع المنحنيات. ولأن هذا الأمر قد نوقش بصورة شاملة ضمن دراستنا لمؤشرات التركيز، فلن ندخل في تفاصيله فيما يلي.

لنأخذ منشأة نموذجية بعمالة (X_j) في الصناعة (j) ($j = 1,2,3,\ldots k$) فالعمالة الكلية للمنشأة هي ($X = \Sigma^k_{j\ j1} X_j$) ونسبة العمالة في الصناعة (j) هي ($S_i = X_j/X$) فعندما تكون المنشأة متخصصة في صناعة واحدة (صناعة 1 مثلاً) فإن ($X_1 = X$) و (S_j, X_j) تساوي صفراً لقيم ($j \neq 1$). ولكن سوف

تعمل المنشأة بصفة عامة في عدة صناعات.

وكما في حالة التركيز، يمكن قياس هذا التنويع بأكثر من طريقة.

عدد الصناعات: Number of industries:

أبسط المؤشرات هو عدد الصناعات التي تعمل فيها المنشأة. وهو يماثل استخدام معكوس عدد المنشآت كمؤشر للتركيز. ونقطة الضعف الأساسية في هذا المؤشر هي أنه لا يعطي وزناً على الإطلاق لتوزيع عمالة المنشأة على هذه الصناعات.

نسبة التخصص: Specialization ratio:

وهو ثاني مؤشر، ويستخدم بكثرة في الدراسات التجريبية نسبة لبساطته وإمكانية الحصول عليه مباشرة من نشرات إحصاءات الإنتاج. ويعرف هذا المؤشر كنسبة العمالة في أكبر صناعة إلى العمالة الكلية للمنشأة. فمثلاً، إذا كانت نشاطات المنشأة مرتبة حسب الصناعات من الأكبر إلى الأصغر، كانت نسبة التخصص مساوية لـ $(S_1 = X_1/X)$. والمؤشر الأكثر نفعاً لأغراض دراستنا وهو المؤشر المتمم لـ (S_1)، ويعطي نسبة العمالة في الصناعات الأصغر إلى العمالة الكلية للمنشأة، أي:

$$DR = 1 - s_1 = \sum_{j=2}^{K} x_j/x. \tag{9.1}$$

ويكون هذا المؤشر مساوياً للصفر في حالة المنشأة المتخصصة ويصل لنهايته العظمى $[(k - 1)/k]$ للمنشأة المتنوعة بالتساوي في الـ k صناعة.

ومن الواضح، أن مؤشر التنويع (DR) (الذي قد يكون من المناسب تسميته نسبة التنويع أو نسبة التخصص)، يتماثل مع (المكمل) لنسبة التركيز في الفصل الثاني. ولذا فهو عرضة لنفس الأنتقادات. وبالأخص يمكن انتقاده على أساس أنه يعكس نقطة واحدة على منحنى التنويع في الشكل (9-1)، وبذلك يخفي أي المعلومات عن عدد وتوزيع النشاطات الأقل أهمية للمنشأة.

ولكن وفي نفس الوقت فإن بساطته وتوفره بالإحصاءات يجعله أكثر مؤشرات التنويع انتشاراً.

مؤشر بيري: Berry's index:

وهو المؤشر الثالث، وقد استخدم بتركيز في دراسة بيري (1975) ويقابل مؤشر هيرشمان ـ هيرفندال للتركيز، ويعرف هذا المؤشر كواحد ناقص مجموع مربعات أنصبة نشاطات المنشأة في الصناعات المختلفة:

$$D = 1 - \sum_{j=1}^{K} (x_j/x)^2 = 1 - \sum_{j=1}^{K} s_j^2. \qquad (9\text{-}2)$$

ويأخذ القيمة صفراً عندما تكون المنشأة متخصصة بالتمام في صناعتها الرئيسية والقيمة (K - 1/K) عندما تعمل المنشأة بنفس مستوى النشاط في الـ (K) صناعة. فإذا جعلنا (1 - D) = 1 = [K*، إذا فلدينا «صيغة أرقام مكافئة» لمؤشر التنويع. وهي تبين عدد الصناعات التي يمكن للمنشأة أن تعمل فيها بنفس المستوى لتعطي هذه القيمة لـ (D). فمؤشر تنويع مقداره (3/4) يعني تنويع مكافىء للعمل بنفس المستوى في (4) صناعات منفصلة.

ويعطي المؤشر وزناً خاصاً للنشاط الأساسي للمنشأة وذلك عن طريق تربيع أنصبة نشاطات المنشأة في الصناعات المختلفة. ويعني هذا، في إطار التركيز، أن أنصبة المنشآت الكبيرة قد أُعطيت وزناً خاصاً في حساب مؤشر التركيز (H). وفي الإطار الحالي، تعني أن النشاطات الثانوية للمنشأة أُعطيت وزناً محدداً في حساب (D) إلا إذا كان لهذه النشاطات أهمية كبيرة. فمثلاً، المنشأة العاملة في خمس صناعات تتوزع فيها للعمالة (0.1 و 0.1 و 0.1 و 0.2 و 0.5) يكون مؤشر التنويع لها (D = 1 − 0.32 = 0.68) حيث يكون (0.03) من الكمية (0.32) هي إسهام الـ (30%) الأخيرة من نشاطات المنشأة. والمؤشر يعتبر نسبياً غير حساس للنشاطات الثانوية غير الهامة. ولذا يجادل

البعض بأن المؤشر مرغوب حقيقة حيث يركز الانتباه على النشاطات الرئيسية للمنشأة.

مؤشر انتروبي: **Entropy index:**

تماماً كما أن لمؤشر هيرشمان ـ هيرفندال التركيز مؤشر تنويع مرافق، فكذلك الحال بالنسبة لمؤشر انتروبي للتركيز. ويعرف مؤشر انتروبي للتنويع كالآتي:

$$E = -\sum_{j=1}^{K} s_j \ln s_j. \quad (9.3)$$

وهو يكافئ المجموع المرجح لـ (S_j) حيث أن أوزان الترجيح هي [In ($1/S_j$)] (على خلاف أوزان (S_j) في مؤشر بيري). ويأخذ المؤشر القيمة صفراً في حالة التخصص التام و (In K) في حالة التنويع بالتساوي بين الـ (K) صناعة.

والسمة الخاصة بمؤشر انتروبي والتي تجعله مفيداً في دراسات التنويع هي أنه قابل للفصل إلى مكونات داخل المجموع ومكونات بين المجموعات. فلنأخذ مثلاً منشأة تنوع بالعمل في عدد من الصناعات في عدة قطاعات بالصناعة. إذاً قد يكون من المفيد أن تعرف القدر من التنويع الكلي الذي أسهم به تنويع داخل القطاعات والقدر الذي أسهم به التنويع بين القطاعات. فإذا كان هناك (R) قطاع (r = 1,2,3,...., R) فمن الممكن إثبات أن[3].

$$E^T = E^B + \sum_{r=1}^{R} s_r E_r^W \quad (9\text{-}4)$$

حيث أن (E^T) و (E^B) و ($E^W{}_r$) هي على التوالي مؤشرات انتروبي للتنويع الكلي، والتنويع بين القطاعات والتنويع داخل القطاع (r)، و (S_r)

هي نصيب عمالة المنشأة في القطاع (r). ولذا فباستخدام مؤشر انتروبي يمكن معرفة ما إذا كانت المنشأة تميل أساساً للتنويع داخل مجال معين (كما يعكسه الحد الثاني في (9-4) أو على أساس موسع وأكثر تجمعاً كما يعكسه الحد الأول).

مؤشر آتون Utton index:

وأخيراً قدم آتون (1979)، وأيضاً هارت (1971) مؤشراً إضافياً وهو ناتج كذلك عن الدراسات الخاصة بقياس التركيز للتنويع، ويرتبط هذا المؤشر بالمساحة التي تعلو منحنى التنويع وخاصة، يمكن بيان أن هذه المساحة تساوي:

$$A = s_1 + 2s_2 + 3s_3 + \ldots + Ks_k - \tfrac{1}{2} = \sum_{j=1}^{K} js_j - \tfrac{1}{2} \tag{9-5}$$

ويعرف آتون مؤشر (w) للتنويع بأنه مساوٍ لضعف هذه المساحة:

$$W = 2\sum_{j=1}^{K} js_j - 1. \tag{9-6}$$

ويتراوح هذا المؤشر بين الواحد الصحيح للتخصص التام، والقيمة (K) للمنشأة التي تنوع بالتساوي بين الـ (K) صناعة. وأيضاً لهذا المؤشر ميزة كونه مساوياً لأرقامه المكافئة. ولذا، في الحالة التي نوقشت من قبل عن المنشأة التي تعمل في خمس صناعات بعمالة موزعة بالنسبة (0.1 و 0.1 و 0.1 و 0.2 و 0.5)، تكون (W = 3.2) وتكافىء منشأة تعمل بمستوى متساوٍ في (2-3) صناعة.

ومن الواضح أن هذا المؤشر يعطي أوزاناً أكبر للصناعات ذات الأهمية

الثانوية عما هو الحال في مؤشر بيري على سبيل المثال. وبالأخص، وكما يتضح من المثال السابق، فإن النشاطات في الصناعات التي تعتبر غير هامة بالمرة بالنسبة للنشاط الكلي للمنشأة قد تأخذ أوزاناً أكثر عند حساب قيمة (W) عن الصناعات ذات الأهمية الأكبر. ولكن وفي نفس الوقت، فالمؤشر مرغوب لسهولة إدراكه من الرسم البياني وبالتالي يقدم مؤشراً مفيداً آخر للتنويع.

(9-1-2) أدلة عن التنويع : Evidence on Diversification:

والآن نتحول إلى دراسة الأدلة الوصفية عن التنويع في الصناعة البريطانية، وكما سنرى تتصل هذه الأدلة أساساً بالتنويع في الصناعة التحويلية ببريطانيا، وبالتالي فهي لا تتضمن أشكالاً عديدة من تجمع النشاط في القطاعات غير التحويلية في الاقتصاد. وبالإضافة إلى ذلك، لم يثبت إلى الآن إمكانية التمييز بين التنويع والتكامل الرأسي على أسس منهجية في الدراسات المنشورة في الوقت الحاضر، وعليه فسنستعمل كلا الشكلين من العمليات المتصلة بصناعات متعددة كتنويع في نقاشنا التالي.

ومعظم البيانات المتوفرة في الوقت الحاضر عن التنويع ببريطانيا قد بنيت على تصنيف الصناعة بإحصاء الإنتاج، إلا أنه وكما لوحظ في القسم (2-2-1) فمثل هذا التصنيف لا يتفق دائماً مع التعريف الاقتصادي للسوق. وفي إطار التنويع فإن السوق يجب أن يضم مجموعة من المنتجات ذات القابلية العالية للإستبدال في الطلب. ولكن في التطبيق، معظم التحليل يجب أن يتم بالنسبة للصناعات ذات الثلاث أرقام من مجموعة الـ (Minin-mum List Heading) MLH أو، حتى على مستوى أعلى من التجميع. فصناعات الـ MLH عادة ما تتكون من عدد من المنتجات المميزة وبالتالي فقد تكون متجمعة بدرجة كبيرة تعجز معها عن تقديم بيانات عن سوق واحدة. وهي مشكلة، خاصة عندما يستخدم مستوى عالٍ من التجميع. وعلاوة على ذلك فإن صناعات الـ (MLH) وبالتحديد تعرف نموذجياً على

أساس المدخلات أو العمليات الإنتاجية التي تشترك في استخدامها مثل منتجات البلاستيك (LMH 496) أو الخشب (MLH 471) وبالتالي فقد لا يتفق هذا التصنيف تماماً والفكرة النظرية للسوق. وتعني هذه المشكلة أن من الواجب معاملة الدلائل على مدى التنويع بشيء من الحذر، إذ أنها حساسة للتعريف المستخدم للأسواق[4].

قامت عدة دراسات بقياس مدى التنويع في الصناعات التحويلية في بريطانيا، كان آخرها دراسة آتون (1979)[5]. فقد درس مدى التنويع لأكبر 200 منشأة للمصنفات في 120 صناعة من الـ (MLH) في عام (1972). وتمثل هذه المنشآت 46% من عمالة الصناعات التحويلية في (1972) وهي في الغالب متنوعة أكثر من المنشآت الأصغر المتبقية في الصناعة التحويلية. فإن بيانات آتون لا تمثل كل المنشآت الصناعية بل تشير إلى مدى التنويع في أكبر المنشآت.

والجدول (9-1) يوضح نتائج آتون في شكل نسبة التنويع والمؤشر (w) (ارجع إلى القسم 9-1-1). وحتى لا تحجب المعلومات الخاصة بكل منشأة، فالنتائج المرصودة عبارة عن متوسط لكل المنشآت في كل تصنيف صناعي قياسي (SIC) لرتبة الرقمين، حيث صنفت المنشآت إلى رتب مبنية على أساس حجم التوظف الأساسي. فمثلاً كانت هناك 31 منشأة مصنفة إلى أغذية، ومشروبات، ودخان وكان متوسط نسبة التنويع لها 37% والمؤشر (W) مساوٍ 3.5. وكما لاحظنا في القسم (9-1-1)، فهذا يعني أن هذه المنشآت وفي المتوسط كان لها 37% من عمالها يعملون خارج صناعتها (MLH) الرئيسية وإنها (باستخدام مؤشر w) كانت وفي المتوسط تنوع بمستوى يكافىء العمل بمستوى نشاط متساوٍ في ثلاث ونصف (MLH) صناعة.

وهناك العديد من الملاحظات الهامة حول هذا الجدول:

أولاً ـ نجد أن أكبر 200 صناعة كانت (وللدهشة) غير متنوعة في (1972). فمثلاً كان لها وفي المتوسط 57% من عمالتها في صناعة واحدة من الـ (MLH)، وكان التنويع مكافئاً للإنتاج فقط فيما يزيد عن أربع

جدول رقم (9-1): التنويع لأكبر 200 منشأة بالصناعة التحويلية البريطانية 1972 لآتون

الرتبة	عدد المنشآت	نسبة التنويع ٪	مؤشر (W) آتون
3 أغذية، مشروبات، دخان	31	37.1	3.46
4 فحم ومنتجات بترولية	64.9	9.12	5.87
5 كيماويات	18	64.9	9.12
6 مصنعات معدنية	10	63.2	63.2
7 هندسة ميكانيكية	31	42.4	3.52
8 هندسة معدات	3	34.5	1.69
9 هندسة كهربائية	22	54.7	5.13
10 بناء السفن	6	25.2	2.98
11 سيارات	17	13.8	1.65
12 سلع معدنية	6	57.1	4.65
13 منسوجات	13	61.9	6.69
15 ملابس وأحذية	6	280	3.34
16 طوب، زجاج، فخاريات، أسمنت			
17 أخشاب، أثاثات	14	40.1	3.71
18 ورق، طباعة، نشر	13	50.9	4.11
19 مصنعات أخرى	10	29.9	3.94
مجموع	200	43.3	4.39

المصدر: آتون (1079 جدول 2.2, 2.1 و 2.5.

(a) متوسطات مرجحة للعمالة للمنشآت المصنعة لكل قطاع.

(b) فيما عدا مؤسسة الصلب البريطانية.

صناعات. وبما أن هذه المنشآت قد تكون أكثر المنشآت تنويعاً في الصناعة التحويلية البريطانية، فمن الواضح عموماً أن المنشأة النموذجية ببريطانيا كانت لا تزال نسبياً متخصصة حتى في عام (1972) وكما لوحظ من قبل، فهذا

الاستنتاج يعد حساساً لتعريف الـ (MLH) للصناعة وهو أيضاً يتجاهل التنويع خارج الصناعة التحويلية. فبعض المنشآت ضمن الـ 200 الأكبر، أكثر تنويعاً عن المتوسط، بالرغم من أن آتون قد ذكر أن عشر منشآت فقط كان لها (W) أكبر من 8 وكانت w للمنشأة ذات أعلى مستوى للتنويع فقط 16.7%. وبالتالي فحتى أكثر المنشآت تنويعاً قد تنوعت بما يعادل عملها في عدد محدود من الصناعات التحويلية.

ثانياً ـ فقد لوحظ وجود اختلافات كبيرة بين التنويع لمنشآت صنفت تحت قطاعات صناعية مختلفة. وكلا المؤشرين (نسبة التنويع ومؤشر w) يعطيان نفس الصورة في هذا الخصوص. فبالنسبة لمؤشر (w) لآتون، كانت المنشآت التي صنفت في قطاع الفحم ومنتجات البترول والكيماويات أكثر المنشآت تنويعاً ويليها قطاع المنسوجات. فالمنشأة الكبيرة التي صنفت لتتبع الفحم والمنتجات البترولية والكيماويات كانت قد تنوعت بما يعادل عملها فقط فيما يزيد على تسع صناعات. ويعكس هذا ضمن أشياء أخرى الاستخدامات العديدة البتروكيماويات في الصناعات الحديثة، حيث تصبح المنشآت البترولية ميالة لعمليات تتصل بالعديد من الصناعات وبالإضافة إلى ذلك، يقترح آنوز أن مصالح الـ (ICI) في المسنوجات كانت مهمة فهي تعكس في هذه الحالة التكامل إلى الأمام في إنتاج الألياف الصناعية. ففي المنسوجات ذاتها، كان التنويع وفي المتوسط مكافئاً للعمل بمستوى واحد في 6.7 صناعة. ويعكس جزءاً من هذا وكما لاحظنا في الفصل الثامن سياسة التكامل إلى الأمام بواسطة كورتولدز (المنتج المحتكر للحرير الصناعي في إنتاج الملابس وغيرها من صناعات المنسوجات في الستينيات وأوائل السبعينيات).

وكان التنويع نسبياً عالياً (w> 75) في تصنيع المعادن والهندسة الكهربائية. وخاصة وأن مؤسسات الصلب البريطانية قد استبعدت من حساب قيمة (w) فالتنويع العالي الذي سجل لمنشآت تصنيع المعادن يعكس في

الغالب نشاطات منتجي المعادن غير الحديدية، مثل «دلتا المعادن» و «مجموعة الصناعات الرائدة»، وفي الصناعات المتصل بالتقنية (مثل الهندسة، السيارات، والمنتجات المعدنية). وقد صنفت أقل المنشآت تنويعاً لتتبع بناء السفن، هندسة المعدات والسيارات. فالمنشأة المصنفة تبع السيارات وفي المتوسط كانت تنوع بما يكافىء العمل بمستو متساوٍ في (1.6) صناعة، وتخالف في ذلك وبدرجة ملحوظة ما عليه حال المنشأة المتوسطة المنصفة تحت الفحم والمنتجات البترولية والكيماويات[6].

ويمكن الوقوف على طبيعة التنويع وإلى حد ما بأن نميز بين التنويع داخل الصناعات المنتمية لرتبة معينة والتنويع بين الصناعات من رتب أخرى. ويعد هذا التقسيم بالضرورة بسيطاً وغير متقن حيث أنه حساس لتصنيف الصناعات إلى رتب في إحصاء الإنتاج. وخاصة، قد يحاجج البعض بأن قطاعات الخدمات الهندسية والسيارات قريبة الصلة من الناحية التقنية مما يحبذ معاملتهما كقطاع واحد. وبإجراء هذا التعديل، وجد آتون أن، بين مجموع الـ 200 منشأة، حوالي 58% من العمالة الثانوية كانت متنوعة في منشآت القطاع الرئيسي، تاركة 42% متنوعة في القطاعات الأخرى. وجزء من هذه المجموعة العريضة من التنويع يتم أخذه في الاعتبار أيضاً بواسطة التكامل الرأسي، وخاصة بين صناعات الكيماويات والنسيج وبين صناعات النسيج والملابس. ولذا يرى آتون أن حوالي ثلثي التنويع يحدث داخل الصناعات ذات الصلة التقنية فضلاً عن كونه ذا طبيعة تجمعية، بالرغم من أنه وفي بعض القطاعات (خاصة الفحم والمنتجات البترولية والكيماويات والطوب والخشب وما إلى ذلك) تكون هناك تشكيلة هائلة من التنويع الذي يغلب عليه الطابع التجمعي. إن هذا الاستنتاج يجب أن يكون كفئاً، بالرغم من العشوائية التي تنطوي عليها تصنيفات الاحصاء[8].

وقد قدم آتون الدلائل على الاتجاهات الزمنية للتنويع في الصناعة التحويلية في بريطانيا:

أولاً ـ قارن آتون بين البيانات المعطاة بواسطة ليك وميزلز Leak and

Maizels (1945) عن سنة (1935) وبيانات إحصاء الإنتاج لسنة (1958) و (1963). وكما لاحظ فلا يعتد كثيراً بهذه المقارنة وذلك بسبب التغيرات التعريفية للصناعات فيما بين (1935 و 1958)، وعلاوة على ذلك، وللغرض المطروح فقد تم تمييز 66 فرعاً من فروع التجارة في (1935) بالمقارنة بـ 51 في السنوات (1958 و (1963)، وبفرض ثبات باقي العوامل المؤثرة، فإن أي زيادة في التنويع خلال الفترة 1958 - 1963 سوف تقدر بأقل من حقيقتها. آخذاً هذه التحفظات في الاعتبار، قدر آتون أن المنشآت المنوعة (المنشآت التي تعمل في أكثر من صناعة) تمثل %34 من العمالة الصناعية في (1935) تزيد إلى %44 في (1958) و (%59) في (1963). وتشير هذه النتائج إلى أن التنويع قد زاد ما بين (1935) و (1963) ولكن ربما بأقل من زيادته في فترة الخمس سنوات الأخيرة (1965 - 1958). ولكن مع وجود التحفظات على البيانات ومؤشرات التنويع البسيطة المستخدمة فإن هذه الإستنتاجات لا يمكن اعتبارها أكثر من تقريبية أولية.

وهناك أدلة أقوى عن الفترة (1968 - 1958). فباستخدام بيان عن منشآت الصناعة التحويلية التي يعمل بها 100 أو أكثر من العاملين وجد آتون أن العمالة بالمنشآت التي تعمل في أكثر من واحدة من الـ 51 صناعة من مجموعة الرقمين ونصف الرقم كانت تمثل %53 في (1958) وقد زادت إلى %68 في (1963) وإلى %72 في (1968). وعلى هذا الأساس يبدو أن التنويع قد كان في تزايد ملموس في الصناعة التحويلية ببريطانيا خاصة في الفترة (1958 - 1963).

ويوضح الجدول (2-9) البيانات عن نسب التنويع للمنشآت المنوعة في (1968 - 1958) مرتبة وفقاً للـ (SIC). وعلى عكس الحال في الجدول (1-9) فالبيانات الآن تتصل بصافي الإنتاج، لجميع المنشآت التي يعمل بها 100 أو أكثر من العمال، كما يتصل بالتنويع بين 51 صناعة (بدلاً عن 120). كما يستثنى الجدول المنشآت العاملة في صناعة واحدة، وقد استبعدت البيانات الخاصة بسبع صناعات بسبب عدم اكتمالها. ويوضح الجدول (2-9) بأن نسبة

جدول رقم (9-2): متوسط[a] نسب التنويع للمنشآت[b] المنوعة في الصناعة البريطانية 58-1968

المجموعة	عدد الصناعات	٪ التنويع 1958	1963	1968
الأغذية والمشروبات	4	22.5	19.6	21.5
الكيماويات	4	31.6	35.1	41.6
المصنعات المعدنية	2	24.6	25.9	45.1[1]
خدمات هندسية وسلع كهربائية	12	31.4	33.8	37.8
بناء السفن	1	12.0	36.8	34.9
السيارات	3	22.2	12.9	18.5
السلع المعدنية	1	23.2	36.7	41.2
المنسوجات	5	22.6	29.6	40.6
الجلود، والمنتجات الجلدية والفراء	1	24.7	28.2	29.5
الملابس والأحذية	2	17.9	19.6	19.8
الطوب، والخزف، والزجاج والإسمنت	2	17.5	23.4	28.9
الخشب والأثاث	2	25.8	31.2	44.6
الورق والطباعة والنشر	3	19.8	24.6	25.4
مصنعات أخرى	2	21.7	23.6	30.3
المجموع		22.7	27.2	32.3

المصدر: آتون 1979(، الفصل 6، جدول رقم 6.4).

ملاحظات:

(a) متوسط مرجح للإنتاج.

(b) منشآت القطاع الخاص التي يعمل فيها 100 شخص أو أكثر، بعد استبعاد المنشآت العاملة في صناعة واحدة.

(c) فيما عدا المؤسسة البريطانية للصلب.

العمالة الثانوية فيما بين هذه المنشآت المنوعة قد زادت في المتوسط من 23% في (1958) إلى 27% في (1963) وإلى (32%) في (1968). وعليه فإن هذا القياس أيضاً يوحي بأن التنويع قد زاد في الحقبة (1968 - 1958)، وإن كان حجم الزيادة متماثلاً في الفترات المكونة لهذه الحقبة. وقد كانت هناك زيادة ملموسة في التنويع في المتوسط في الصناعة التحويلية للمعادن، وبناء السفن، والسلع المعدنية، والأخشاب والأثاي. وما إلى ذلك. ومن جهة أخرى فقد شهد قطاعا الأغذية والمشروبات والسيارات انخفاضاً طفيفاً في متوسط التنويع في الفترة الزمنية كلها.

وأخيراً قدم آتون أدلة على الاتجاهات الزمنية للتنويع في الفترة (1968-1972) وذلك في أكبر 200 منشأة صناعية. وبينت هذه المقارنة أن المتوسط المرجح لمؤشر التنويع (w) قد بلغ 4.0 في (1968) و 4.4 في (1972) ولكن يجب معاملة هذه الزيادة في مؤشر التنويع بشيء من الحرص إذ أن 167 منشأة فقط قد ظهرت في العينة في كلتا السنتين.

وقد يمكن أخذ فكرة عن الاتجاهات الزمنية للتنويع أيضاً من خلال النظر إلى بيانات التنويع عن طريق الإندماج. فمثلاً الأدلة الواردة بدراسة جرين (1978) عن سياسة الاحتكارات والإندماجات توضح أن 21% من الإندماجات التي تم التحقيق فيها خلال الفترة (1965-1977) بواسطة اللجنة الحكومية للإندماج كانت قد صنفت كتجمع، مع زيادتها في الفترة بعد (1970) عنها في الفترة قبلها[8]. أما الدراسة الثانية فهي لجودي وميكس Goudie and Meeks (1982) وقد فحصت الدلائل لمنشآت مختارة (العاملة أساساً في الصناعة التحويلية. والتوزيع وبعض الخدمات الأخرى) لفترة أطول (1973 - 1949). وقد صنفت المنشآت في 22 مجموعة صناعية، وبتعريف الإندماج المنوع كاندماج بين منشآت قد تم تصنيفها لتتبع مجموعات صناعية مختلفة، تبين لهم أن، في الفترة الزمنية كلها تم تنويع 33% من الإندماجات بالقيمة و 39% من الإندماجات بالعدد كانت متنوعة. وتوحي النتائج أيضاً

بوجود نمط معين في الاتجاهات الزمنية للإندماج المتنوع. وبالنسبة لأعداد الإندماجات فقد كان هناك اتجاه زمني إلى أعلى في نسبة الإندماجات الخاصة بالتنويع، فزادت من 9% من الإندماجات في الفترة (1953 - 1949) إلى 47% من الإندماجات في الفترة (1073 - 1969) (إلا أن كلاً من جودي وميكس قد لاحظا أن هذه الفترة الأخيرة قد تكون وإلى حد ما فترة استثنائية من ناحية تاريخية). وبالنسبة للقيمة، نجد أن الصورة أقل وضوحاً، وقد بلغ نشاط الإندماج التنوعي أقصاه في (1954) حاجباً إمكانية اتجاه زمني متصاعد. غير أن من الواضح أن نتائجهما توحي بإن أهمية الإندماج التنويعي كانت تنمو بدرجة ملحوظة، في فترة ما بعد الحرب، وقد أصبحت مع بداية السبعينيات تمثل 40% إلى 50% من جميع الإندماجات.

ولكن من الواجب الإعراب عن الحذر عند ترجمة هذه النتائج، لأن جودي وميكس قد اعترفا بأن طريقتهما في تصنيف المنشآت والإندماجات تعد بسيطة في الأساس مما قد يتسبب في مشاكل كبيرة في تفسير النتائج. وبالإضافة إلى ذلك بالطبع فإن التنويع عن طريق الاندماج لا يعد مقياساً مباشراً لأهمية التنويع المتزايد بالنسبة للهيكل الصناعي البريطاني.

وقد قدم مثل هذا المقياس في الدراسة الأخيرة لكلارك وديفز (1983). فقد درسا إلى أي مدى يمكن إرجاع التغيرات في التركيز الكلي للإقتصاد إلى التغيرات في تركيز الأسواق منفردة والتغيرات في تنويع المنشآت. وباستخدام مؤشرات هيرفندال وهيرشمان للتركيز والتنويع، أمكنهم إيضاح أن التركيز الكلي للإقتصاد يمكن تحليله إلى هذين المكونين. وقد طبق هذا التحليل على بيانات إحصاء الإندماج للفترات (1968 - 1963) و (1977 - 1971) حيث قدر مؤشر هيرفندال للتركيز من جداول توزيع المنشآت وفقاً لأحجامها.

وتوحي نتائجهما إلى أنه خلال الفترة (1968 - 1963)، وبينما تزايد التنويع بين صناعات مجموعة الـ (MLH)، فقد كان يمثل 10% فقط من الزيادة في التركيز الكلي المشاهد في تلك الفترة. أما الـ 90% الأخرى من الزيادة فتعود إلى الزيادة في تركيز السوق، أي أن زيادة التنويع لم تكن

العامل الرئيسي المؤثر في التركيز ككل في هده الفترة (على الأقل نسبياً). وقد أوضح التحليل الأكثر محدودية للتنويع بين المجموعات الصناعية في الفترة (1970 - 1971) إلى أن هناك انخفاضاً بنسبة 6% في مثل هذا التنويع، الذي يقابله انخفاض بنسبة 6% أيضاً في التركيز الكلي. ومن الواضح أنه لا يوجد دليل هنا على الإرتفاع في التركيز الكلي يكون مصحوباً بمستويات عالية من النشاط التجمعي الإندماجي. بل وبالرغم من توفر الأدلة على النشاط التجمعي الإندماجي في بداية السبعينيات فمن الواضح أن التنويع بين المجموعات الصناعية العريضة قد نقص في الفترة (1977 - 1971) (كما هو الحال أيضاً في 1968 - 1963). فلو كانت هذه النتائج قوية وثابتة، فإنها توحي بأن هناك أدلة مكتسبة من الإندماجات الدراماتيكية القليلة التي تمت بين المجموعات الصناعية قد تكون مضللة كمؤشرات للإتجاهات الزمنية الشاملة للتنويع.

(9-2) محددات التنويع : Determinants of Diversification:

نبحث في هذا المبحث عن الأسباب التي تدعو المنشآت لأن تنوع. وبالرغم من كثرة التفسيرات إلا أننا فيما يلي نجمعها في قسمين. ففي القسم (9-2-1) نتناول وجهة النظر القائلة بأن المنشآت تلجأ إلى التنويع حتى تستخدم أصولها بطريقة أكثر فاعلية. وفي القسم (9-2-2) ننظر في الميزات المالية الممكنة للتنويع والتي ترتبط بإنقاص المخاطرة. وأخيراً وفي القسم (9-2-3) نفحص بعض الدلائل التجريبية المتوفرة حالياً عن الفرضيات التي تولدت من تلك التفسيرات.

(9-2-1) منهج استخدام الأصول: The Asset Utlization Approach:

إن منهج استخدام الأصول يعتبر المنشأة كمجموعة من الأصول المادية، والآدمية وغير منظورة التي يمكنها القيام بعدد من النشاطات المنفصلة. فبعض الأصول قد تكون نسبياً مرتبطة بمنتج معين، أي أن لها قيمة فقط في إنتاج سلعة أو خدمة بعينها، بينما قد يكون لأصول أخرى قيمة

في إنتاج العديد من السلع والخدمات. فإذا كانت مثل هذه الأصول غير مستغلة بالكامل في العمليات الحالية للمنشأة، فقد يكون من الأجدى استخدامها في مجال آخر. وقد يتم هذا الاستخدام في بعض الأحيان عن طريق البيع أو التأجير للمنشآت الأخرى، ولكن في حالات أخرى سوف تختار المنشأة أن تستخدم أصولها في عمليات متنوعة. ومن الأرجح أن يتم هذا الاختيار الأخير في ظروف إخفاق السوق (انظر الفصل الثامن) عندما تعتقد المنشأة أن التنظيم الداخلي للإنتاج سوف يكون أكثر كفاءة عن بيع أو «تأجير الأصل في السوق»[10]. والمثال البسيط لاستغلال الأصول يتصل بحالة الأصل الرأسمالي غير القابل للتقسيم أو مصنع كامل. فإذا كانت هناك طاقة إنتاجية فائضة في النشاط الحالي للمنشأة، فقد تسعى إلى زيادة استغلال أصولها أو مصنعها عن طريق بيع خدماته في السوق أو تنويع إنتاجها. ويمكن تمييز عدة حالات:

أولاً ـ يمكن أن يكون الأصل عاملاً إنتاجياً ثابتاً مثل قضبان السكك الحديدية حيث يكون هناك كسب واضح عن طريق تقسيم التكاليف الثابتة على أكبر عدد من المنتجات أو الخدمات (مثل خدمات كل من الركاب والبضائع والرحلات الخاصة).

ثانياً ـ قد يكون الطلب على المنتج موسمياً (مثل آيس كريم)، بحيث يمكن زيادة استغلال المصنع عن طريق إنتاج سلعة موسمية مكملة.

ثالثاً ـ قد يكون الطلب على المنتج متغيراً (من شهر لآخر، أو من سنة لأخرى) بحيث يكون إنتاج عدة سلع مفضلاً لكي يتحقق خفض معادل للتغيرات في الطلب. ومثال على ذلك قد يكون إنتاج عدد من منتجات بلاستيكية مختلفة لتحقيق استغلال عالٍ ومستقر لمعدات تشكيل البلاستيك. وأخيراً، فقد تنظر المنشأة في التنويع إذا ما واجهت نقصاً سنوياً أو على فترات في الطلب حتى تعادل النقص في استغلال طاقتها الإنتاجية.

وفي كل الأحوال التي لا تتفق فيها الطاقة الإنتاجية والطلب، ويمثل

التنويع أحد الإستراتيجيات المتاحة أمام المنشأة.

ولا يقتصر نقاشنا لاستغلال الأصول على الأصول المادية فقط. والأصل الثاني الذي عادة ما يربط بالتنويع هو الخبرة الإدارية. فمن الواضح أن مهارات إدارة الأعمال هي أحد الأصول المهمة وسوف يكون لبعض المنشآت مدير أو فريق إداري ذو قدرات تنظيمية و/أو إدارية. وفي هذه الظروف، فقد تتمكن المنشأة من استغلال أصولها الإدارية بطريقة أكثر فاعلية من خلال توسيع أعمالها. ولما كانت المهارة في الأعمال، وعلى الأقل عند المستويات العليا للإدارة، ليست محدودة بمنتج بعينه فإن مثل هذا التوسع قد يأخذ شكل التنويع بإنتاج سلع أخرى داخل نفس القطاع أو حتى من خارجه. ويعد لورد وينتستوك أحد الأمثلة المشهورة للرجال الذين يتمتعون بمهارات خاصة في الإدارة واللذين ترأسوا منشآت كبيرة متنوعة، وقد شغل منصب المدير الإداري لشركة جنرال الكتريك (GEC)، وكذلك هناك آر دبليو رونالد المدير الإداري لشركة لونارو. والكثير من المنشآت الكبيرة لديها مجموعات من الإداريين الأكفاء من ذوي الخبرة، والتي يمكن استغلالها في إنتاج مدى متنوع من السلع والخدمات[11].

والأصل الثالث الذي ارتبط بالتنويع في الدراسات التجريبية هو المعلومات التقنية وكما لوحظ في الفصل السابع، فإن السمة الأساسية للبحث والتطوير هي انتاجها للأفكار والتجديدات التي يمكن أن يكون لها تطبيق في مجال خارج نطاق النشاط الحالي للمنشأة. وفي بعض الحالات قد تختار المنشأة استغلال هذه التدفقات عن طريق بيع براءات حق الاستخدام لمنشآت أخرى، وفي حالات أخرى فقد تختار المنشأة استغلال الفكرة في تنويعها لعملياتها. ويعتمد الاختيار بين هذه البدائل على تقويم المنشأة لقدرتها على القيام بالإنتاج في الصناعة الجديدة مقابل قدرتها على الحصول على ربع معقول من بيعها لهذه المعلومات لمنشآت أخرى. وفي بعض الحالات قد لا يكون نظام حق الاختراع ممكناً (أو معقولاً). في هذه الظروف قد تضطر المنشأة إلى استغلال الأفكار الجديدة بنفسها حتى تحافظ

على سريتها. وعندما يكون هذا الاعتبار مهماً، فإن المنشأة في القطاع الذي يتميز بالكثافة العالية للبحوث قد تتحول إلى التنويع من أجل استغلال الأفكار الجديدة والتحديث حالما يتم توفرها.

وهناك جدل قائم في مجال اقتصاديات الصناعة حول ما إذا كان البحث يؤدي إلى تنويع أم العكس. إحدى وجهات النظر هي أن نشاطات البحث والتطوير تتحدد وفي المقام الأول بواسطة الفرص التقنية (كما لوحظ في الفصل السابع) وأن التنويع يتم كاستجابة للأفكار والتحديثات الناتجة عن التطوير والبحث. ووجهة النظر البديلة، التي قدمها، جرابوسكي (Grabowski 1968)، هي أن المنشأة المنوعة تكون أكثر قدرة على استغلال الأفكار والتحديثات عن المنشأة المتخصصة، وعلى ذلك فإن التنويع يعطي حافزاً على زيادة البحث والتطوير. وكلتا الفرضيتين توحي بأن التنويع ونشاط الـ (R & D) يرتبطان ارتباطاً موجباً، لكنهما يختلفان في اتجاه السببية. ولا تتوفر في الوقت الحاضر أدلة واضحة تمكننا من الفصل بين هذه التأثيرات.

وهناك العديد من الأصول الأخرى التي يمكن التنويه عنها، فمثلاً، قد يكون للمنشأة رصيد من السمعة التجارية، التي قد تستخدم كميزة لنشاطها في مجال آخر. والأمثلة على ذلك عديدة في تجارة التجزئة فالتنويع بواسطة منشأة بوتس (Boots Company) من تجارة التجزئة في الكيماويات إلى نشاطات التجزئة الأخرى المختلفة. والتنويع بواسطة منشأة وولورث في تجارة التجزئة. ثانياً ـ قد تمتلك المنشأة خبرة تسويقية تعطيها الدافع على تنويع مجال انتاجها، ثالثاً ـ قد تكون المنشأة قد أقامت نظام توزيع لسلعة واحدة (كاللبن) والذي يمكن استخدامه في بيع سلع أخرى (مثل البيض أو الدجاج). وهناك أدلة محدودة فقط عن الأهمية العامة لهذه العوامل (انظر قسم 9-2-3)، لكنها قد تكون مهمة في بعض الحالات بالتأكيد.

(9-2-2) خفض المخاطر المالية: The Reduction of Financial Risk;

يمكن تصنيف المجموعة الثانية من دوافع التنويع كعوامل مالية. وقد

تكون هذه الدوافع مرتبطة بالمنشأة كبيرة الحجم بالذات (اقتصاديات الحجم في زيادة مخاطر رأس المال) وبالتالي فقد تتصل بطريق غير مباشر بالتنويع ولكن، وبالإضافة إلى ذلك، إذا أدى التنويع إلى خفض المخاطر المالية المرتبطة بأعمال المنشأة فقد يكون ذلك حافزاً أكثر مباشرة لإتمام التنويع. ولسوء الحظ، فإن الحجج المؤيدة لهذا الرأي ليست واضحة المعالم، وسندرس فيما يلي تفسيراً مبسطاً فقط لهذه المواضيع.

إنه من المفيد أن نبدأ بفحص مفهوم الحجة القائلة بأن التنويع يقلل من المخاطر المالية. وتتفق هذه الحجة والرأي المشهور القائل بتوزيع المخاطر عن طريق عدم حمل «كل البيض في سلة واحدة». وبالتالي فإن مجموعة من النشاطات ستنطوي على مخاطر أقل عن تلك المرتبطة بالنشاطات المكونة لها منفردة لأن عدم التوفيق في أحد النشاطات يمكن تعويضه بمزيد من التوفيق في نشاط آخر، وبالتالي فإن فرصة النتائج المتطرفة جيدة كانت أو سيئة تقل. فعن طريق التنويع فإن المنشأة التي تقوم بالعديد من النشاطات سوف تتوقع أن تعمل هذه القوى المعادلة على استقرار عائداتها (مقيسة بالعائد على رأس المال مثلاً). وفي الحالة الي ترتبط فيها معدلات العائد على نشاطين ارتباطاً تاماً وسالباً، فإن معدل العائد لمجموعهما سيكون مستقراً بين فترة وأخرى، ولكن في الحالات الأقل تطرفاً، فسوف يشاهد بعض التذبذب في معدل العائد بعد التنويع، وإن كانت أقل بكثير عن تلك المشاهدة في حالة عدم التنويع. وعلى ذلك فحتى عندما لا يؤثر تنويع المنشأة مباشرة على معدل العائد المتوقع لمجموعة النشاطات، فمن المحتمل أن يقلل من التذبذب في معدل العائد.

ويمكن التدليل على ذلك بطريقة أكثر وضوحاً باستخدام بعض النظريات الإحصائية الأولية[12]. لنفرض وللتبسيط أن المنشأة تقوم بنشاطين ذواتي أحجام متماثلة ومعدلات عائد متساوية متغيرة ـ ولندع (K) تمثل رأس المال المستخدم في كل نشاط ومعدل العائد في النشاط (i) وهو $(r_i = \Pi_i/K)$ حيث أن (Π_i) هو الربح في النشاط (i). ولنفرض أن (r_i) متغير

عشوائي بنفس المتوسط (μ)، والتباين (6^2)، لكل نشاط. وبالتالي يكون معدل العائد للنشاطين معاً (r).

$$r = \frac{\pi_1 + \pi_2}{2K} = \tfrac{1}{2}(r_1 + r_2). \qquad (9\text{-}7)$$

فإذا كان (P) معامل الارتباط بين (r_1 و r_2) إذاً يمكن إثبات أن الإنحراف المعياري لمعدل العائد للنشاطين هو:

$$\sigma = \sqrt{[(1 + p)/2]} \qquad (9\text{-}8)$$

وعليه فعندما تكون (r_1) و (r_2) مستقلتين ($p = 0$)، ($6_r = 6/\sqrt{2}$)، وعندما يكون هناك ارتباطاً تام وموجب ($P = -1$)، ($0 = 6_r$)، ($6_r = 0$). فالإنحراف المعياري لمعدل العائد للنشاطين معاً يتناقص باضطراد كلما انخفض معامل الارتباط (P) من ($+ 1$) إلى ($1 -$)، أي كلما كان معامل ارتباط بين معدلات العائد على النشاطين أقل إيجابية.

ومن الواضح أن حجم معامل الارتباط (P) يعد عاملاً أساسياً بالنسبة للمدى الذي يمكن به خفض المخاطر. ففي حة ($P = 0$) على سبيل المثال (أي عندما لا يكون هناك الاتباطا بين معدل العائد في النشاطين)، ينخفض الإنحراف المعياري لمعدل العائد للنشاطين معاً إلى الجذر التربيعي لنصف (أي 0.71) من 6. وكما لاحظنا مسبقاً فإن الارتباط السالب بين معدلات العائد للنشاطين سوف يقلل من التغيرات في معدل العائد للمجموعة. وكما لاحظ بريز Prais (1976)، فإن إحتمال وجود ارتباط موجب بين معدلات العائد أكبر من احتمال وجود ارتباط سالب أو مساوٍ للصفر. ويرجع ذلك إلى أن الأجزاء المكونة للمنشأة سوف تواجه عموماً نفس الظروف الاقتصادية وكذلك لأنها سوف تكون عرضة (وإلى حد ما) إلى نفس التأثيرات الإدارية. ولذا في كثير من الحالات من المتوقع أن يكون الانخفاض في المخاطر الناتج عن التنويع أقل من ذلك الذي يشير إليه «قانون الجذر التربيعي». إلا أنه قد يحدث

خفض معنوي في المخاطر حتى في هذه الحالات، ويقدم بذلك الأساس لتفسير أثر التنويع على خفض المخاطر[14].

وقد يبدو أنه، بما أن خفض المخاطر يمكن (وعادة) ما يصحب التنويع فمن المتوقع أن يؤدي التنويع إلى مكاسب للمساهمين حتى وفي غيبة أي تأثيرات أخرى للتنويع. وقد استخدمت هذه الحجة، بالفعل كتفسير للتجمع المتنوع في العديد من الدراسات المبكرة[15]. ولكن كما أشار ليفي وسارنات Levy and Sarnat (1970) لا توجد مثل هذه المكاسب بالفعل، وعلى الأقل في حالة المنافسة التامة في سوق رأس المال وتحت العمالة التامة. والسبب وراء ذلك واضح، لأن بإمكان المستثمرين أن يحققوا كل التنويع الذي يرغبون فيه من خلال تنويع مجموعة الأسهم التي في حوزتهم للمنشآت المتخصصة. ولذا فليس هناك من ميزة لهم في المنشآت المنوعة إذا كان ذلك سوف لا يؤثر على معدل العائد المتوقع. وبالطبع إذا كانت هناك تكلفة هائلة لمبادلة الأسهم بهدف التنويع (كما هو الحال بالنسبة للمستثمر الصغير مثلاً)، فإن الاستثمار في المنشأة المنوعة يكون مرغوباً فيه. ولكن، صغار المستثمرين يمكنهم الحصول على محفظة منوعة من الأسهم وبتكلفة منخفضة عن طريق شركات الاستثمار (Unit trust). ولذا فليس من الواضح إذا كان من المحتمل أن تقدم المنشأة المنوعة مكاسب كبيرة للمستثمرين بالمقارنة بالمؤسسات المتوفرة والتي تقوم بتوزيع المخاطر. ولذلك فمن الواجب دراسة الأسباب غير المباشرة والتي تجعل في تقليل المخاطر دافعاً على التنويع. وسنناقش فيما يلي اثنين من الأسباب الممكنة:

الأول - تم اقتراحه أصلاً بواسطة ليولين Lewellen (1971)، يركز على سمات مديونية المنشأة. اعتبر، مثلاً، الحالة التي تقوم فيها المنشأة بالحصول على التمويل الخارجي جزئياً من بيعها لسندات تدفع فائدة ثابتة، والباقي من بيع الأسهم. وبما أن المنشأة المنوعة تعطي عائداً أكثر استقراراً مقارنة بالمنشآت المتخصصة المكافئة لها، فهي أيضاً تقلل مخاطر عدم الدفع لحملة سنداتها. وبناء عليه فستكون المنشأة المنوعة قادرة على الحصول على

نسبة أكبر من رأسمالها عن طريق الاقتراض «وفنياً يعرف ذلك بالـ (gearing). وفي التوازن وتحت ظروف سوق رأس المال التام المرونة ليس من المتوقع أن يؤدي ذلك إلى أي ميزات. ولكن إذا كانت هناك ميزات معينة في الاعتماد على الاقتراض مقارنة بالتمويل عن طريق الأسهم، فقد يحقق حملة الأسهم مكاسباً من زيادة التمويل بالإقتراض الناجم عن زيادة التنويع.

وقد وردت في الدراسات السابقة عدة إمكانيات:

أولاً ـ فقد تكون هناك ميزات ضرائبية من الاعتماد على القروض، فمثلاً تخصم الفائدة على القروض من الإيرادات (كبند من بنود التكاليف) وهي بذلك غير خاضعة لضريبة الأرباح[16]. وبالطبع فمن المتوقع أن يتعدل السوق ليأخذ في الاعتبار الفروق الضريبية وأي تغير في الضرائب وقد يحدث هذا في غياب أي زيادة في التنويع[17]. ولكن، من الممكن أن تتحقق المكاسب الضريبية بسبب الزيادة في التنويع والاقتراض بعد زيادة ضريبة الأرباح مثلاً، وإن لم تتوفر الدلائل المباشرة على ذلك.

ثانياً ـ لقد جادل بريز (1976) أن فشل المستثمرين في التوقع التام للتضخم يمكن أن يزيد من توفر التمويل بقروض رخيصة وبالتالي تعطي الحافز على التنويع. وقد أشار بريز إلى حقيقة أن التكلفة الحقيقية الصافية للقروض بعد الحدث (ex-post) في الفترة (1970 - 1951) كانت قريبة من الصفر، مما يوحي بأن المستثمرين قد قبلوا سعر فائدة أسمى عجز باستمرار عن توقع معدل التضخم خلال تلك الفترة. وعلاوة على ذلك، ففي الفترة (1974 - 1970) عندما أخذ معدل التضخم في التزايد أصبحت القيمة الحقيقية للتكلفة الصافية لقروض المنشآت سالبة. ويبدو أن هذا قد أعطى المنشآت حافزاً كبيراً على زيادة نصيب القروض في تمويلها (إذا تمكنوا من عمل توقعات أقرب للصحة عن التضخم) وقد تكون عاملاً مهماً في تفسير

بعض الإندماج بين التجمعات الكبيرة للمنشآت والتي تمت خاصة في بداية السبعينيات.

ويستخدم التفسير الثاني والأبسط للتنويع بقصد الإستفادة من خفض المخاطر، التميز بين سيطرة المالك أو المدير على المنشآت[18]. فالمنشآت يسيطر عليها المديرون الذين قد يملكون أو لا يملكون أسهماً فيها. وفي بعض الظروف كما يحاجج البعض، فسوف يتبع المديرون سياسات تخدم مصالحهم بدلاً عن مصالح حملة الأسهم. فالمديرون يهتمون بدخولهم وضمان وظائفهم وكلاهما يرتبط بأداء المنشآة. وعلى غير ما عليه الحال بالنسبة لحملة الأسهم الذين يمكنهم أن ينوعوا من الأسهم بحوزتهم من أجل ضمان استقرار دخوالهم، فإن المديرين لا يمكنهم أن ينوعوا وظائفهم، وخاصة إنهم يتعرضون لخسائر كبيرة إذا ما تعطلوا عن العمل بسبب الأداء الرديء للمنشأة أو الإفلاس. ولذلك فمن مصلحتهم أن يقللوا من مخاطر التعطل عن العمل، وقد يدفع بهم هذا إلى التنويع بهدف تقليل التقلبات في أداء المنشأة.

وفي الحالة التي يقتصر فيها تأثير التنويع على خفض المخاطر فقط، دون أي تأثير على العائد المتوقع سوف لا يفرق حملة الأسهم بين سياسات التنويع التي يختارها المديرون. ولكن في بعض الحالات الأخرى، قد يحاول المديرون ضمان خفض المخاطر على حساب خفض معدل العائد المتوقع. في هذه الحالة يكون لحملة الأسهم الدافع لمنع المديرين من التحول عن أهدافهم. ولكن، من المحتمل أن تكون مراقبة حملة الأسهم لنشاطات المديرين غير تامة، وبالتالي يصبح التحول عن أهدافهم أمراً ممكناً. وكما سنرى في القسم التالي، فإن الأدلة على ارتباط التنويع بعنصر التحكم الإداري تعتبر قوية.

(9-2-3) الأدلة التجريبية: Empirical Evidence:

نراجع في هذا القسم وباختصار الدلائل التجريبية المتوفرة في الوقت

الراهن عن محددات التنويع. وسنفحص أساس الأدلة على الفرضيات التي طرحها منهج استغلال الأصول في القسم (9-2-1) وننتهي بنظرة سريعة على بعض الأدلة المتصلة بمنهج التحكم الإداري للمنشآت.

توحى الأدلة المتوفرة حالياً بوجود ارتباط قوي موجب بين التنويع والنشاط التقني في المنشأة أو الصناعة، ولكن العلاقات الأخرى للتنويع تنطوي على مشاكل أكثر[19]. في دراسة مبكرة لجروت Grot (1962)، قام بفحص أثر النشاط التقني وتركيز السوق على التنويع في منشآت الصناعة التحولية في الولايات المتحدة في سنة (1954). ويحاجج بأن المنشآت التي صنفت كصناعة أولية بمستوى عالٍ من النشاط التقني وتركيز مرتفع قد مالت لأن تكون أكثر تنويعاً حيث أنها قد استخدمت الأفكار المتولدة عن الأبحاث في الصناعات الأخرى وقد سعت إلى النمو دون تخط لمستويات إنتاج كبار المنتجين المنافسين. وباستخدام طريقة المربعات الصغرى للإنحدار المتعدد (OLS) لـ 56 صناعة أمريكية وجد أن:

$$Y = -0.39 + 0.35X_1 + 0.03X_2 \qquad R^2 = 0.377 \qquad (9\text{-}9)$$
$$(3.50) \qquad (3.18)$$

حيث أن (Y) هي نسبة العمالة في المنشآت الصناعة غير الأولية إلى الأولية وفق تصنيف (1954)، و (X_1) تمثل تقديراً النسبة التركيز لأربع منشآت في الصناعة الأولية في (1950). وكما يلاحظ: فإن كلاً من المتغيرين المستقلين له الإشارة الموجبة كما هو المتوقع، كما وأنها كلاً من المتغيرين المستقلين له الإشارة الموجبة كما هو المتوقع، كما وأنها معنوية إحصائياً عند مستوى أفضل من 1%. وعليه، فإن نتائج جورت تعطي تأييداً قوياً لفرضياته في الولايات المتحدة سنة (1954)[20].

كذلك فقد وجد آمي Amey (1964) علاقة موجبة وقوية بين التنويع والنشاط التقني في دراسته المبكرة ببريطانيا. وقد استخدم المربعات الصغرى اللوغاريتمية لانحدار التنويع على النشاط التقني لـ 25 مجموعة صناعية

تحويلية بيريطانيا فحصل على المعادلة :

$$\log Y = 0.29 + 0.29 \log X \qquad \bar{R}^2 = 0.656 \qquad (9.10)$$
$$(2.64) \quad (6.83)$$

حيث أن (Y) هي المتوسط المرجح لنسبة العمالة في منشآت الصناعة غير الأولية إلى الأولية وفقاً لتصنيف سنة (1958) و (X) عدد العلماء والمهندسين العاملين في هذه المجموعة في سنة (1960). لاحظ أن آمي فيما يبدو قد استخدم العدد المطلق من العلماء والمهدسين في المجموعة الصناعية كمتغير مستقل. إلا أن نتائجه كانت ذات معنوية عالية (نسب (t) بين الأقواس) وتوحي بأن مضاعفة النشاط التقني (كما هو مقدر تقديراً تقريبياً هناك) تصحبه زيادة بنسبة 29% في التنويع.

وقد درس جوركي Gorecki (1975) محددات التنويع في الصناعة التحويلية البريطانية في 1963. وباستخدام طريقة المربعات الصغرى وعينة من 44 من مجموعة الرقمين ونصف الرقم، تمكن من الحصول على المعادلة المقدرة الآتية:

$$Y = 0.22 + 0.04\,D - 5.43\,X_1 + 3.18\,X_1 D + 0.37\,X_2 \qquad (9\text{-}11)$$
$$(4.82) \quad (0.84) \quad (-2.10) \quad (0.87) \quad (2.34)$$
$$-\,0.36\,X_2\,D + 0.08\,X_3 + 0.002\,X_4$$
$$(-2.16) \quad (1.22) \quad (1.25)$$
$$R^2 = 0.2435$$

حيث أن (Y) هي المتوسط المرجح لنسبة التنويع للمنشآت مصنفة لإحدى الصناعات في (1963) ,(D) هي متغير وصفي (dummy variable) لصناعات السلع المستهلك والسلع الأخرى (D = 1 للسلع الأخرى)[21] والمتغيرات المستقلة الأخرى هي على التوالي، تقديرات تقريبية للكثافة

السوقية، وكثافة البحث، ونمو الصناعة وتركيزها، وكما يلاحظ (نسب t بين الأقواس) فإن كثافة البحث (X_2) (مقربة هنا كعدد العلماء والمهندسين المؤهلين لكل من العاملين في الفترة 1960 - 1959) مرة ثانية ترتبط إيجابياً بالتنويع، وهذه النتيجة معنوية عند مستوى 1% (اختبار الجانب الواحد). ويبدو كذلك، إن هذا التأثير يرجع أساساً لنشاط البحث في صناعات سلع المستهلك كما يتضح ذلك من الإشارة السالبة ومعنوية معامل المتغير (X_2 D)[22]. ولكن. الأدلة المتوفرة على الفرضيات الأخرى تعتبر أقل. فليس هناك دليل معنوي أحصائياً على أن نمو السوق (X_3) أو تركيز السوق (X_4) يؤثر على درجة التنويع في الصناعات البريطانية في (1963)، وتتعارض النتيجة الأخيرة مع ما وجده جورت في الولايات المتحدة (1950). والتأثير السالب لكثافة السوق، والمعنوي إحصائياً (X_1) (مقيساً هنا كنسبة الإعلان للمبيعات في 1963)، **يعد مناقضاً للتوقعات النظرية في القسم** (9-2-1) السابق. حيث رأينا هناك أن الخبرة التسويقية للمنشأة وشهرة المحل المكتسبة على مر الزمن قد توفر لها فرص متزايدة للتنويع، ومن المتوقع أن ينعكس تأثير هذه العوامل على الإرتباط الموجب بين التنويع وكثافة الإعلان في الصناعة الأولية. وفي الحقيقة فقد وجد ارتباطاً سالباً عكسياً في المعادلة (11-9). ويحاجج جوركي بأن هذا قد يرجع إلى ارتباط الكثافة العالية للإعلان بصناعات سلع المستهلك بصفة خاصة، وإن المنشآت في هذه الصناعات تميل إلى التنويع (أو، بتعبير أصح أن تتكامل إلى الأمام) في التوزيع بدلاً عن التنويع في الصناعات التحويلية الأخرى، فمثل هذا التكامل لا ينعكس أثره في مؤشر التنويع الذي استخدمه كوركي، الذي يتصل بالعمالة في الصناعات التحويلية فقط. ومع إمكانية صحة هذا التفسير فليس هناك من دليل عليه في الوقت الراهن.

كذلك قام جرانت (1977) Grant بفحص التغيرات في التنويع في الصناعة التحويلية ببريطانيا في الفترة (1968 - 1963). وقد قيس التنويع في

دراسته بالتغيرات في نسبة المنشآت المصنفة في إحدى الصناعات التي تعمل في صناعة أخرى محددة حيث عرفت الصناعات على مستوى الرقمين. وقد وجد أن الصناعات ذات النشاط العالي في البحث والتطوير قد قامت بتنويع موسع، في صناعات بنفس مستوى النشاط في البحث والتطوير وفي صناعات ذات معدلات نمو أكبر. لكنه لم يجد لكثافة التسويق في الصناعة الأولية أثراً معنوياً على التنويع.

كما قام وولف Wolf (1977) بفحص تأثير النشاط التقني ومتوسط حجم المنشأة على التنويع المحلي، والتصدير والإنتاج بالخارج وذلك لمنشآت الصناعات التحويلية بالولايات المتحدة في الستينيات. وقد وجد أن كل هذه النشاطات كانت مرتبطة إيجابياً بنشاط البحث في الصناعة الأولية، وأن متوسط حجم المنشأة بالصناعة كان هو الآخر له ارتباط موجب بهذه النشاطات.

وأخيراً قدم اميهد وليف Amihud and Lev (1981) بعض الأدلة على التحكم الإداري والتنويع. وقد تناولا اختبارين للفرضية القائلة بأن المنشآت التي يتحكم فيها مديرون تكثر من التنويع (انظر القسم 9-2-2)، وكلا الاختبارين يتسق مع الفرضية. ونتناول هنا اختبارهما الأول فقط، الذي يتصل بعدد التجمعات التي تمت حيازتها بواسطة أكبر **309** منشأة صناعية في الولايات المتحدة في الفترة (1970 - 1961). وقد قسم هذه المنشآت إلى ثلاث مجموعات تم تمثيلها بمتغيرات وصفية (أي المتغيرات التي تأخذ القيمة صفراً أو واحداً) في الانحدار كالآتي. تحكم بواسطة مدير $D_M = 1$ (لا يملك أي طرف منفرد 10% أو أكثر من الأسهم)، وتحكم ضعيف بواسطة المالك $D_w = 1$، (طرف منفرد يملك 10% - 30% من الأسهم) وتحكم المالك في غير ذلك من الأوضاع[23]. وباستخدام أسلوب خاص لتحليل الإنحدار يسمى توبيت (Tobit) وجد أن [نسب (t) بين الأقواس]:

$$Y = -1.56 + 1.93\,D_m + 1.26D_w - 0.0001\,X \qquad (9\text{-}12)$$

$$(-3.20) \qquad (3.72) \qquad (2.16) \qquad (0.75)$$

حيث أن (Y) هي عدد التجمعات الكبيرة التي تمت حيازتها في الفترة (1970 - 1961) (الأصول التي تمت حيازاتها والتي تزيد قيمتها عن 10 $ مليون)، و (X) هي حجم المنشأة مقيساً بالمبيعات في 1961. فكان معامل (D_m) موجباً ومعنوياً عند مستوى أفضل من 1% في اختبار الجانب الواحد، مما يدل على أن المنشآت التي يتحكم فيها مديرون قد استحوذت في المتوسط على مجموعة منشآت متنوعة أكثر مما هو عليه في المنشآت الأخرى. ويشير المعامل الموجب المعنوي لـ (D_w) بأن هذه هي الحالة أيضاً في المنشآت التي يكون للمالك فيها تحكم ضعيف، ولكن بدرجة أقل عنها في المنشآت التي يتحكم فيها مديرون. تتناقض هذه النتائج مع تلك الخاصة بالإندماج الأفقي والرأسي والتي حصل عليها أيضاً كل من أميهد وليف، والتي تشير إلى عدم معنوية أو اتساق تأثير نمط التحكم في المنشأة. ولذا فهذه النتائج تؤيد وبقوة الرأي القائل بأن التحكم الإداري يرتبط إيجابياً مع الاستحواذ على مجموعة من المنشآت المتنوعة وتتسق هذه النتيجة ووجهة النظر القائلة بأن المديرين يسعون إلى سياسات التنويع بقصد تقليل المخاطر على مناصبهم.

وإجمالاً، فإن الدلائل على محددات التنويع تظهر وجود ترابط بين التنويع وكثافة البحث والتحكم الإداري، ولكن الصلات الأخرى الممكنة لا يتوفر عليها دليل في الوقت الراهن فهناك أدلة تجريبية محدودة في الوقت الحاضر، ونحتاج لمزيد من العمل على المستويين النظري والعملي قبل أن نتفهم ظاهرة التنويع فهماً كاملاً.

(9-3) الآثار المترتبة على التنويع:

Consequences of Diversification:

لقد عبرت الدراسات في اقتصاديات الصناعة عن قلق كتابها بسبب الآثار الاحتكارية التي يمكن أن تصحب التنويع. ولكن من الصعب إثبات

وجود مثل هذه الآثار على المستوى النظري أو العملي. وسنستعرض في القسم (9-3-1) بعض الآثار الممكنة التي اقترحت ونتناول في القسم (9-3-2) الأدلة المحدودة المتوفرة حالياً عن التنويع والأداء الاقتصادي.

(9-3-1) التنويع والمنافسة: Diversification and Competition:

ونبدأ بدراسة العلاقات المتبادلة التي قد توجد بين التنويع والمنافسة وبعض من هذه العلاقات قد يكون فيه كسب للمجتمع، مثلاً عندما يؤدي دخول المنشآت المنوعة الجديدة إلى زيادة المنافسة وخفض الهوامش (P-MC) في الصناعة. وفي حالات أخرى، يرى البعض أن التنويع قد يكون له أثر غير محدد الاتجاه أو يكون ضاراً اجتماعياً، مما يبرر اعتبار تدخل السياسة العامة. وفيما يلي نتناول الفرضيات الأساسية التي تم وضعها فيما يتعلق بالتنويع وعلاقته بالمنافسة، مع الإشارة إلى إمكانية توفر الأسباب لاهتمام السياسة العامة.

الدخول المتنوع: Diversified Entry:

كما لاحظنا في الفصل الرابع والسادس، فقد يكون للمنشأة المنوعة ميزات على المنشأة المتخصصة في حالة الدخول إلى سوق جديدة. فمن المتوقع أن تتمكن المنشأة الجديدة المنوعة من الحصول على رأس المال بتكلفة قريبة من تلك الخاصة بالمنشآت القائمة، سواء من سوق رأس المال أم من مصادرها الخاصة. وبالإضافة إلى ذلك، تكون المنشأة المنوعة (ذات المصادر المختلفة للأرباح) أكثر قدرة على تحمل الخسائر في الفترة الأولية لدخولها في سوق جديدة وحتى تستقر بدرجة كافية لتحقيق الربح. ولذا ففي كلتا الحالتين يكون دخول المنشآت المنوعة من شأنه أن يوفر قوة إضافية هامة تشجع المنافسة في المواقف التي يصعب فيها دخول المنشأة المتخصصة الجديدة. ومع ثبات باقي العوامل المؤثرة، فإن مثل هذا الدخول (بشرط أن يكون دخولاً للتنويع وبشرط ألا يؤدي إلى زيادة الاحتكار في الصناعة) سوف يميل إلى زيادة المنافسة وتقليل هوامش السعر ـ الكلفة. وعليه، وكما يناقش

فيما يلي، بينما قد يكون هناك تأثيرات معادلة أخرى للتنويع فمن المتوقع أن يكون الدخول المنوع مرغوباً اجتماعياً.

وفورات التكاليف: Cost Saving:

وبالمثل فسوف يميل التنويع لأن يكون نافعاً اجتماعياً عندما تتمكن المنشأة المنوعة من الإنتاج بتكلفة أقل من منشأة مساوية لها ومتخصصة، بفرض ثبات باقي العوامل. فإذا تحقق هذا الخفض في التكاليف (كما لاحظنا في الفصل الخامس) فقد تتمكن المنشأة من الحصول على نصيب سوقي أكبر وهامش سعري أكبر. وقد يكون النفع الاجتماعي الناتج أكبر من ذلك المتولد عن الإنتاج المتخصص إذا ما انطوى الأخير على فقد في الكفاءة. ويكون الحال كذلك مثلاً إذا توفر للمنشأة المنوعة عناصر إدارية أفضل (وغير قابلة للتقسيم)، لا تتوفر للمنشأة المتخصصة. وكما ورد في نقاشنا للفصل الخامس فإن من الممكن أن تتواجد تأثيرات كل من القوة السوقية ووفورات التكاليف في آن واحد بالسوق ذي التركيز المرتفع عندما يكون التفوق في الكفاءة هو السمة المميزة لمنشآت معينة. وبما أن حقيقة أن هذه المنشآت قد تكون منوعة، لن تضيف شيئاً جديداً في الأساس لهذا النقاش، فإننا سوف نواصل نقاشنا هنا عن مواضيع أخرى.

الاعتماد المتبادل للمجموعة: Group Interdependence :

الإمكانية الثالثة التي لم نناقشها مسبقاً هي أن المنشأة المنوعة سوف تتخذ قرارات للمجموعة كلها والتي ينتج عنها أسعار مختلفة وما إلى ذلك، للمنشآت التابعة لها بالنسبة للمنشآت المتخصصة. ومن الأسباب الممكنة لهذا، إحتمال وجود اعتماد متبادل بين منتجات المنشأة المنوعة، وإن في مواقف اللايقين قد تسلك المنشأة مسالك النافر من المخاطر (risk-averse).

فالمنشأة المنوعة التي تسعى لتعظيم أرباح المجموعة سوف تتبنى بصفة عامة أسعاراً مختلفة بالمقارنة بالمنشآت المتخصصة عندما يكون

هناك اعتماد متبادل في الطلب والإنتـاج بين السلع المنتجة. فعلى جـانب الطلب سوف تؤدي القـابلية لـلإحلال (أو التكـامل) بين السلع إلى زيـادة (انخفاض) الأسعار في المنشآت المنوعة بالمقارنة بمثيـلاتها من المنشـآت المتخصصة التي تسعى أيضاً لتعظيم الربح. فمثلاً، المنتجون المتخصصون في إنتاج أنياس البلاستيك والورق للذين يعملون بصورة مستقلة سوف لا يأخذون في اعتبارهم، بطريقة واضحة عند وضع الأسعار، حقيقة أن زيادة سعر إحدى السلع يزيد من استهلاك الأخرى. أمـا المنتج الـواحد لهـاتين السلعتين (في تعظيم أرباح المجموعة) فسوف يأخذ في اعتباره هذه الحقيقة ولـذلك فسـوف يميـل إلى زيـادة الأسعـار والأربـاح ممـا يضـر بمصـالـح المستهلكين[24]. وبالعكس فالمنشأة المنوعة التي تنتج سلعاً متكاملة كالشاي والسكر سوف تميل إلى خفض أسعارها. وعلى جانب الإنتاج، إذا خفضت التكلفة الحدية لإحدى السلع (زيدت) بزيادة إنتاج السلعة الأخرى، إو إذا كانت تكلفة الإنتاج المنوع أقل (أعلى) من تكلفة الإنتاج المتخصص عند مستوى إنتاجي معين، فسوف تميل المنشـأة المنوعـة إلى زيادة (تخفيض) انتاجها عن المنشأة المتخصصة المماثلة. وتدرج الحـالة التي تكـون فيها التكاليف أقل بالنسبة لإنتاج المنتجات المتعددة في الحالة التقليدية للإنتاج المشترك مثل الصوف ولحم الغنم ولكن يطلق عليه عامة باقتصاد المجال[25] (economy of scope).

الإمكانية الثانية التي افتـرضها بـراديورد (Bradburd (1980 b، هي أن المنشأة المنوعـة التي تتحاشى المخـاطرة سـوف تتبنى أسعاراً مختلفـة عن المنشـأة المممائلة المتخصصـة والتي تتحاشى المخـاطر أيضـاً. ويفتـرض برادبورد أن الأسواق عرضة للطلب اللايقيني (بـالنسبة لإنتـاج السوق) وأن المنشآت تتحاشى المخاطر في محاولة لتعظيم المنفعة المتوقعة من دخولها. إذا حتى عندما تتماثل المنشآت في جميع الأوجه المتصلة، بما في ذلـك درجة نفورها من المخاطر، فسوف تتبنى سياسات سعرية مختلفة عندما يكون هناك ارتباط بين تدفقات الأرباح المشتقة من الأسواق المختلفة. وكما لاحظ

برادبورد، أيضاً فقد يحدث هذا الارتباط حتى عندما تكون المنتجات غير مرتبطة بالنسبة لظروف الطلب والتكاليف كما هو الحال مثلاً، عندما يكون كلاهما عرضة لمؤثر مشترك نتيجة لدورة الأعمال. ففي هذه الحالة عندما تكون الأرباح مرتبطة ارتباطاً موجباً (سالباً) سوف تضع المنشأة المنوعة النافرة من المخاطر أسعاراً أقل (أعلى) لمنتجاتها بالنسبة للأسعار التي تصنعها المنشأة المماثلة المتخصصة. ويعكس ذلك خفضاً أكبر (أصغر) للمخاطر للمجموعة ككل عندما يخفض السعر عن مستوى تعظيم الربح وذلك في حالة الارتباط الموجب (السالب) بين الأرباح. ولكن يظل السؤال قائماً، عما إذا كانت المنشأة المتخصصة والمنوعة تتماثل في تحاشيها للمخاطر عملياً، وإذا ما كان هذا الخط من النقاش قد يؤدي إلى اختلاف بين في السياسات السعرية. وبالرغم من أن اعتبارات المجموعة قد تملي تعديلات في السياسات السعرية للأسباب أعلاه، فقد يخفف من هذه الآثار في الحياة بواسطة مشكلات تنسيق نشاطات المجموعة. وكما أبرز وليامزسون (1975) في دراسته، فقد تعاني المنشآت الكبيرة المنوعة من حدة مشاكل التنسيق التي يفضل معها تبني أشكال التعظيم اللامركزي متعدد الأقسام (M Form). ومنشآت الـ (M Form) تحقق ميزات الكفاءة في التنسيق باللامركزية في اتخاذ القرارات الخاصة بالأقسام الكبيرة للسلع المستقلة. فإذا أمكن تحقيق الكفاءة بهذه الطريقة فمن المتوقع أن تفقد بعض فرص تحقيق المكاسب السوقية من اتخاذ قرارات المجموعة وفي الحياة العملية سوف تتم بعض الإتفاقات بحيث تؤخذ في الاعتبار الفرص السوقية الهامة (عندما تكون السلع مرتبطة ارتباطاً وثيقاً في الطلب) ولكن في حالات أخرى قد يعتبر التنسيق الكفء أكثر أهمية، بحيث تعمل المنشآت المكونة للمجموعة بصورة مستقلة. فإذا كان الأمر كذلك فمن المتوقع ألا يكون هناك تعديل كبير في سياسات المنشأة المنوعة كنتيجة لتأثيرات الاعتماد المتبادل للمجموعة.

التسعير النهبي: Predatory Pricing:

الإمكانية الرابعة هي أن التنويع سوياً مع السيادة السوقية قد يؤدي إلى

التسعير النهبي ومسالك عدائية أخرى في الأعمال. ويحدث التسعير النهبي عندما تخفض المنشأة أو المنشآت السائدة السعر لكل تتخلص من المنافسة في المدى القصير، ولكي يتثنى لها رفع السعر إلى مستويات الاحتكار في المدى الطويل. ويتطلب ذلك، إلى جانب أشياء أخرى أن تكـون المنشأة السائدة في وضع مالي قوي بالنسبة لمنافسيها. وسيكون الحال كذلـك إذا كانت المنشآت السائدة منوعة وبالتالي قادرة على تغطية خسائرها المؤقتة في أحد الأسواق بالأرباح التي تحققها في سوق آخر. وقد يدعم ذلك تكتيكات نهبيـة أخرى مثـل الحملات الإعـلانية العـدائيـة، المصممـة للتخلص من المنافسين، وبالإضافة إلى ذلك، فقد تستفيـد المنشأة المنـوعة من التـأثير التهـديدي لسلوكهـا النهبي في أحد الأسـواق حيث يحـد ذلـك من قـدرة المنـافسين الحقيقيين أو المحتملين على المنافسـة في الأسـواق الأخـرى. وعليه، فهناك إمكانية وجود منافع من السلوك النهبي للمنشأة المنوعة السائدة في عدد من الأسواق التي تمتد إلى أبعد من حدود السوق الواحد.

والأدلة على التسعير النهبي متناثرة ومثيرة للنزاع (بسبب عدم الإتفاق بين الاقتصاديين حول كيفية تعريف هذه السلوك ـ انظر المبحث (11-2) الآتي لمزيد من التفاصيل، وفي الولايات المتحدة هناك العـديد من الأمثلة الـواقعية منها حالة ستاندارد أويل Standard Oil واحتكارات الدخان، والبارود، وإن عـارض بعض الاقتصـاديين حـدوث تكتيكـات التسعيـر النهبي في هـذه الحالات[26]. وقد وردت عدة أمثلة ممكنة في تقرير لجنـة الاحتكارات في بريطانيا[27]. فمثلاً، قامت كل من شركة الكبريت البريطانية وشركة الأكسوجين البريطانيـة، والتي كانت لهـا قوة احتكـارية في أسـواقها ببـريطانيـا، قامت بـاستخدام مـا يعرف «محـاربة الشـركات» (Fighting Companies) لمجـابهـة المنافسة الجديدة في الأسواق المحلية والإقليمية. والأمثلة الممكنة الأخرى ظهرت في حالات الأوعية المعدنية والمعدات الكهربائية الخاصة والسيارات وبسبب طبيعـة المعلومات الصـادرة عن لجنة الاحتكـارات والتي كانت حتى

وقت قريب محدودة بمجموعات محددة من السلع، فإن هناك قليلاً جداً من الأدلة المتوفرة على التسغير النهبي من هذا المصدر.

منطقة التأثير: **Spheres of Influence:**

يرى البعض أنه عندما تجابه المنشآت المنوعة بعضها البعض في عدد من الأسواق، فإنها تتبنى مواقف أقل تنافساً عنه في حالة المنشآت المتخصصة. والمنطق وراء هذا الرأي هو أن المنشآت المنوعة سوف تتفادى أن تقدم على التنافس في أي سوق إذا كان في ذلك مخاطرة رد الفعل الإنتقامي بواسطة المنافس. بل ويجادل البعض بأن المنشآت المنوعة سوف تطور «مناطق للتأثير» وسوف يتبنى المنافسون سياسة «عش ودع الآخرين يعيشون في هذه المناطق. والنتيجة هي استقرار عام وانعدام المنافسة الحادة في هذه الأسواق مما يؤدي إلى أسعار أعلى (ومن الممكن أن تكون التكلفة أعلى) بما فيه من ضرر بمصلحة المستهلكين. ولا شك أن المنشآت وخاصة في الأسواق العالمية، تتبنى مناطق جغرافية للتأثير. ولكن الأدلة على مناطق التأثير بين المنتجات وبصفة خاصة قليلة، وتوجد دلائل مشتتة فقط (في تقارير لجنة الاحتكارات) عن الأهمية العامة لهذه الفرضية.

فرضيات أخرى: **Other Hypotheses:**

هناك العديد من الروابط بين التنويع والمنافسة التي يمكن الإشارة إليها في هذه الخلاصة:

أولاً ـ قد تقوم المنشأة المنوعة التي تنتج العديد من المنتجات بتبني سياسة ربط مبيعات إحدى السلع بمبيعات سلعة أخرى. والمثال على ذلك هو بيع ماكينات (ماكينات تصوير المطبوعات) ومواد التشغيل المستهلكة (ورق التصوير مثلاً)، أو بيع وحدات إحلالية بدلاً عن بيع مكوناتها منفردة. وعلى الرغم من أن مثل هذا الربط بين المبيعات قد يقيد اختيار المستهلك، فليس بالضرورة أن يؤدي ذلك إلى فقد إضافي في الرفاهية، ويناقش هذا الأمر مرة ثانية في المبحث (11-2)

ثانياً ـ قد تكتسب المنشأة المنوعة العاملة في عدد من الأسواق ميزات ذات طبيعة سياسية متصلة بحجمها الكلي وليس لقوتها السوقية في سوق منفرد. فقد ادعت كورتولدز مثلاً، أن الدافع الرئيسي لتنويعها لنشاطاتها في صناعات المنسوجات ببريطانيا في الستينيات كان لممارسة ضغوط سياسية لحماية قطاع النسيج المتداعي(28). ويمكن ممارسة مثل هذه الضغوط في مجالات أخرى (الفحم ومنتجات البترول) والتي يسودها عدد قليل من المنشآت الكبيرة، وقد تلقى مثل هذه الضغوط اهتماماً كبيراً في إطار المفهوم الاقتصادي أو السياسي العام.

(9-3-2) الدلائل التجريبية : Empirical Evidence

نسبة لكثرة الفرضيات حول علاقة التنويع بأداء الاقتصاد، فإن الأدلة التجريبية المتوفرة تعتبر غير كافية لتحديد ما إذا كانت القوة السوقية أو لعوامل أخرى (إن كانت هناك عوامل أخرى) أهمية معنوية في تحديد الروابط بين التنويع والأربحية. لكنها تعطي فكرة عن التأثيرات الصافية الموجودة وبالتالي فقد تقدم الأساس لدراسة تجريبية أكثر تحديداً في المستقبل.

لقد جاء بالعديد من الدراسات أن أربحية الصناعة تكون أعلى عندما تكون المنشآت المشاركة فيها أكثر تنويعاً. فمثلاً، فحص ميلر Miller (1969) أثر التنويع على أرباح المؤسسات الصناعية بالولايات المتحدة في الفترة (1958 - 1962)، وباستخدام طريقة المربعات الصغرى لتحليل الإنحدار لعينة من 106 من الصناعات التحويلية الفرعية (من مجموعة الثلاث أرقام تقريباً) في الولايات المتحدة حصل على المعادلة التالية:

$$\underset{}{Y = 9.70} + \underset{(3.67)}{0.05X_1} - \underset{(-5.17)}{0.26X_2} + \underset{(8.76)}{0.89X_3} - \underset{(3.17)}{0.04X_4} \qquad R^2 = 0.494 \qquad (9\text{-}13)$$

حيث (Y) هي معدل العائد السنوي على القيمة الصافية مأخوذة كمتوسط للسنوات من (1958 - 1959) إلى (1962 - 1961)، و (X_1) هي نسبة

التـركيز لأربـع منشآت في (1958)، و (X_2) هي نسبـة التركيـز الحديـة لثمـاني منشآت في (1958)[29]، و (X_2) هي متوسط نسبة الإعلان إلى المبيعات في الفترة (1960 - 1058) و (X_4) هي نسبة العمالة الأولية إلى العمالة الكلية (نسبة التخصص) للمنشآت المصنفة بالصناعة في (1958). فكان لجميع المتغيرات تـأثيـر معنـوي على الأربحيـة عنـد مستـوى أفضــل من 190 (نسب t بين الأقواس). وبصفة خاصة يشيـر المعامـل السالب لنسبـة التخصص إلى أن معدلات الربح ترتبط إيجابياً بالتنويع، وتؤيد هذه النتيجة وجهة النظر القائلة، بأن تأثيرات القوة الاحتكارية مرتبطة بالتنويع، مثلاً من خلال تأثيرات التسعير النهبي أو «منـاطق التأثيـر» إلا أن ميلر لم يكن مستعداً لأن يـأخذ مـوقف المتحدي اعتماداً على ترجمة نتائجه في غياب الإطار النظري العام لهـذا التحليل.

وقد تحصل روذز Rhoads (1973) على نتائج مماثلة من عينة من 241 صناعة تحويلية من مجمـوعة الأربـع أرقام بـالولايـات المتحدة في 1963. وباستخدام طريقة المربعات الصغرى لتحليل الإنحدار، حصل على المعادلة الآتية:

$$
\begin{aligned}
Y = 15.64 &+ \underset{(3.32)}{0.11X_1} - \underset{(3.35)}{0.08X_2} + \underset{(3.02)}{0.06X_3} + \underset{(4.86)}{0.11X_4} + \underset{(6.12)}{7.08D} - \underset{(2.59)}{0.08X_5} \\
\bar{R}^2 &= 0.32.
\end{aligned}
$$

(9-14)

حيث (Y) هي الهـامش (P – MC)، (X_1) هي نسبـة التـركيـز لأربع منشآت و (X_2) هي نسبة العمالة الأولية إلى العمالة الكلية للمنشآت المصنفة بالصناعة، والمتغيرات الأخرى تعكس نمو السوق، ونسبة رأس المـال إلى الإنتــاج، ومتـغيــر وصـفي لـسلع الـمستـهـلك وسلع الـمـنـتـج (سـلع المستهلك = 1)، ومؤشر للتركيز الجغرافي للأسواق، على التوالي. ويتبين أن المعامل السالب لنسبة التخصص (X_2) معنوي إحصائياً عند مستوى 1% مشيراً إلى العلاقة الموجبة بين التنويع والأربحية. ويـرجع روذز ذلـك إلى

احتمال تطبيق التسعير النهبي وإلى احتجاب الأرباح في الحسابات الموحدة للمنشأة المنوعة، وقد استخدم مؤشراً بديلاً للتنويع، صمم لكي يعكس إلى أي مدى يشكل النشاط الثانوي للمنشأة المنوعة نصيباً سوقياً زائداً أو كبيراً في الصناعة إلا أن هذا المؤشر قد فشل في تحقيق المعنوية الإحصائية عند مستوى 5% في اختبار الجانب الواحد.

ولكن بينما توحي دراسة رودز عن الصناعات الأمريكية في (1963) بوجود ارتباط موجب بين التنويع وأداء الصناعة، إلا أنه قد تحصل على نتائج عكسية من دراسة ملحقة في (Rhoader, 1974, 1967). وقد بنيت هذه الدراسة على عينة من 117 من صناعات الرقمين ونصف الرقم إلى ثلاثة أرقام بالولايات المتحدة بالمقارنة بـ 241 من صناعات الأربع أرقام وذلك في عام (1963). وباستخدام أربعة بدائل لقياس للتنويع وجد رودز أن التنويع له تأثير سالب ومعنوي على هوامش الربح في كل حالة. ونسبة لمستويات التجميع المختلفة المستخدمة، فإن رودز يرى أن الفرق في نتائجه قد يرجع إلى شمولية مفهوم التنويع. وبالتحديد، نجد أن المفهوم الضيق للتنويع (والذي قامت عليه دراسة 1963) في منتجات قريبة الصلة كان مرتبطاً بهوامش ربح أكبر. بينما التنويع بالمفهوم الموسع (والذي قامت عليه دراسة 1967) قد ساده عدم الكفاءة في الإنتاج والتوزيع والإدارة مما أدى إلى هوامش ربح أكثر انخفاضاً في الصناعات الأولية.

وتعد هذه الحجة مقبولة وإن لم تكن متسقة كلية مع تفسيرات رودز لنتائجه لسنة (1963) عاليه. وقد قدم سكيرر (1980) اقتراحاً بديلاً بأن نتائج (1967) ربما كانت غير ممثلة، بسبب إمكانية دخول المنشآت المنوعة في فترة مؤقتة للتعديل في أعقاب النشاط الهائل للإندماج في الستينيات. ولا يبدو أن هناك اختبارات لهذه الفرضيات المتنافسة عن سنة (1967).

والأدلة المتوفرة عن الصناعة الأمريكية توحي بإمكانية وجود ارتباط موجب بين الأربحية والتنويع للمنشآت بالصناعة، وعلى الأقل عندما تستخدم بيانات على درجة كافية من التجزئة. ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى

التأثيرات المختلفة للقوة الاحتكارية وخفض التكلفة. وعلاوة على ذلك، فلأن التنويع من المحتمل أن يكون متغيراً داخلياً فمن الممكن أن يكون هناك تأثير نسبي معاكس، كأن تشجع الأرباح الأكثر في الصناعات الأولية المنشآت على زيادة التنويع. وهذه الأمور لا يمكن تحديدها بصورة مرضية نسبة لمحدودية الأدلة التجريبية المتوفرة في الوقت الحاضر.

(9-4) ملخص واستنتاجات: Summary and Conclusions:

لقد تناول هذا الفصل بعض الدراسات النظرية والعملية المتوفرة حالياً عن طبيعة ومعنوية التنويع المتجمع. في المبحث (9-1) قمنا بدراسة مقاييس التنويع واتجاهاته الزمنية، وخاصة بالنسبة للصناعة التحويلية ببريطانيا. وفي المبحث (9-2) قمنا بدراسة المحددات الممكنة التنويع المجتمع، مركزين على استخدام الأصول وخفض المخاطرة كدوافع للتنويع. وأخيراً في المبحث (9-3) تناولنا التأثيرات الممكنة للتنويع على المنافسة وبعضاً من الأدلة التجريبية (المحدودة) المتوفرة حالياً عن الأربحية والتنويع.

ومن الطبيعي أن ينبثق عن هذا النقاش سؤالين:

أولاً - هل يعتبر التنويع المتجمع ظاهرة مهمة ونامية في الصناعة البريطانية؟

ثانياً - ما هي الآثار التنافسية المترتبة على التنويع؟

عن السؤال الأول، توحي الأدلة التي قدمت في القسم (9-1-2) بأنه على عكس ما توحي به الأدلة الإنطباعية، فإن كثيراً من أكبر المنشآت بالصناعة البريطانية ما زالت متخصصة نسبياً حتى اليوم. غير أن التنويع له أهمية واضحة لبعض المنشآت وفي بعض القطاعات، وعلاوة على ذلك، فهناك بعض الأدلة على أن نموه قد لعب دوراً (محدودا) في زيادة التركيز الكلي (aggregate Concentration) في أسواق الولايات المتحدة وبريطانيا.

أما عن السؤال الثاني، فإن التنويع المجتمع يعطي مجالاً للممارسات المناهضة للمنافسة مثل التسعير النهي وتقييد الإنتاج المتبادل، وكذلك فمن الممكن أن يكون له عواقب سياسية وسعرية أوسع. إن تركيز القوة في المنشآت الكبيرة المنوعة لا بد وأن يثير في النهاية التساؤل عن إمكانية سوء استخدام هذه القوة، وبالتالي يحتاج لاهتمام السياسة العامة. ولذلك، فعلى اوقل يبدو أن من المفضل أن يسمح بتحقيق حكومي في سلوك المنشآت المتجمعة بصورة إنفرادية، وإن كان المجال أمام هذه التحقيقات محدوداً (كما سنشاهد في الفصل الحادي عشر والثاني عشر) في السياسة الحالية للمنافسة ببريطانيا.

ملاحظات:

(1) كما يتضح من القسم (9-1-2) فهناك مشكلات في تطبيق هذه التمييزات عملياً. وينشأ هذا جزئياً عن العفوية الضرورية للمفاهيم المعرفة هنا وكذلك عن مشكلات القياس الإضافية التي نشأت عن البيانات الموجودة.

(2) ارجع إلى لجنة التجارة الحكومية (FTC) ـ التقرير الإحصائي السنوي عن الإندماجات والإستحواذات. وفي الحقيقة فإن تصنيف الـ (PTC) للإندماجات يطلق المصطلح «الإندماجات التجمعية» على جميع الأشكال الثلاثة للإندماجات، إلا أن هذا التصنيف ينطبق وبصورة أعم على التنويع. ارجع إلى واتسون (1970).

(3) الاشتقاق تجده مثلاً في جاكويمين وبيري Jacquemin and Berry (1979).

(4) لاحظ أن طريقة التعداد في تصنيف المصنع ككل إلى صناعة معينة من مجموعة (MLH) على أساس السلعة الرئيسية التي ينتجها يعني أن أي تنويع يتم بين المصانع سوف يتجاهله التعداد.

(5) الدراسات المبكرة تشتمل على أمي Amey (1964)، وجوركي Gorecki (1975) وهاسيد (1975). وتفحص هذه الدراسات بيانات ممثلة للسنوات (1958)، و (1963) و (1968).

(6) من المهم أن نتذكر، أن تعاريف الصناعات تعتبر مهمة في تقويم التنويع، فصناعة السيارات بوجه خاص، يمكن تعريفها بصورة موسعة. وبالفعل، فإن حقيقة عدم وجود أسواق لكثير من الأنشطة التي تقوم بها منشأة لإنتاج السيارات قد يؤثر في تعريف الصناعة وبالتالي فقد يؤدي على غير المتوقع إلى المغالاة في تخصص المنشأة. شكراً لبول جوركي على هذه النقطة.

(7) بنيت هذه الأرقام على دمج الرتب (XII, XI, IX, VII). وفي غياب مثل هذا الدمج، ينخفض التنويع في صناعات في نطاق الرتبة الأصلية للمنشأة إلى (45%). ارجع إلى آتون (1979، ص 28 - 24).

(8) وخاصة أن تصنيفات التعداد تأخذ في اعتبارها وبدرجة محدودة إمكانية وجود علاقات طلب بين المنتجات، وبالتالي من الواجب التعامل معها بحرص.

(9) لمزيد من النقاش لهذه البيانات ارجع إلى الفصل الثاني عشر.

(10) استخدمت حجج مماثلة لتفسير العمليات متعددة القومية. والتي بالطبع لا تعدو أن تكون امتداداً للتنويع على مستوى عالٍ. ولا ندرس هذه العمليات متعددة القومية بطريقة مباشرة هنا، ولكن القارىء الذي لديه الرغبة يمكنه الرجوع مثلاً إلى كافز Caves (1982).

(11) من المحتمل أيضاً أن تستقطب المنشأة الكبيرة المنوعة وتوظف أفضل المديرين. ولذا فمن المحتمل أن ينشأ موقف الكتكوت والبيضة بين أفضل المديرين والمنشآت المتجمعة.

(12) نتناول هنا حالة بسيطة جداً فقط، ولصيغة أعم ارجع إلى بريز (1976).

(13) بما أن (r) كما اعطيت في (9-7) هي المجموع المرجح لمتغيرين عشوائيين فإن تباينها يكون:

$$V(r) = (\frac{1}{2}) V(r_1) + (\frac{1}{2})^2 V(r_2) + 2 (\frac{1}{2})^2 C(r_1, r_2)$$

حيث أن (.) C هو تباين Covariance كل من (r_1)، (r_2) (ارجع مثلاً إلى وناكوت ووناكوت 1972، ص 105 وبما أن:

$$C(.) = P \sqrt{V(r_1)} \sqrt{V(r_2)}$$

فإن المعادلة (9-8) قد تم الحصول عليها بالإحلال وأخذ الجذر التربيعي لـ V (r).

(14) يؤدي إضافة نشاط جديدة للمنشأة المنوعة في الصيغة العامة للمعادلة (9-8) إلى تقليل المخاطرة لأن $0 < P < 1$، ولكن وكما أوضح بيريز (1976، ص 95-98) فإن استمرار التنويع قد لا يفتأ أن يحقق خفضاً أقل في المخاطرة إذا ما كانت قيمة (P) موجبة.

(15) ارجع مثلاً إلى أدلمان Adelman (1961).

(16) يعد تأثير الضرائب معقداً: ارجع مثلاً إلى شيرمان Sherman (1972).

(17) ارجع على سبيل المثال إلى ميلر Miller (1977)، تعد هذه منطقة واحدة في نظرية المالية، وإن كـان من الضروري في النهاية أن تحدث تعديلات عدم التوازن كنتيجة للتخلص من الفوارق الضرائبية. وربما كان المهم هو سرعة هذه التعديلات مع التغير في الضرائب وبالتالي إتاحة الفرصة لتحقيق مكاسب التنويع في مواقف عدم التوازن. وكمـا لاحظ بيريـز (1976، ص 105) فقد حرم إعادة هيكلة رأس المال لتحقيق الكسب الضرائبي في بريطانيا، وإن كان هذا المنع لا يسري على إعادة الهيكلة في حالة الإندماج عندما يمول الاستحواذ على منشآت أخرى عن طريق إصدار سندات.

(18) لنقاش جيد عن هذا الموضوع ارجع إلى أميهد وليف Amihud and Lev (1981).

(19) كما لوحظ عاليه فإن الروابط بين التنويع والنشاط التقني قد ينظر إليها كمصدر للمشاكل نسبة لإمكانية السببية ذات الإتجاهين.

(20) ويجادل جورت أيضاً بأن التنويع سوف يكون له ارتباط موجب مع متوسط حجم المنشأة في الصناعة الأولية وارتباط سالب مع معدل نمو الصناعة الأولية. وقد وجد بعض التأييد لكلتا الفرضيتين، وإن لم يتحقق ذلك عند ضم جميع المتغيرات معاً.

(21) يأخذ المتغير (D) القيمة صفراً لصناعات سلع المستهلك والقيمة واحداً لصناعات سلع المنتج. ولذا فعندما تظهر في المعادلة (9-11) يعني ذلك وجود تأثيرات إضافية في صناعات سلع المنتج. لمزيد من النقاش حول المتغيرات الوصفية ارجع إلى ونكوت وونكوت (1972) ص 308-313.

(22) بما أن هذا المعامل يقيس التأثير الإضافي لكثافة الأبحاث على التنويع في صناعات السلع غير الاستهلاكية (انظر الملاحظة السابقة)، فإن التأثير الكلي في مثل هذه الصناعات يقدر عملياً ليكون مساوياً للصفر (أي 0.36-0.37).

(23) تم استبعاد المتغير الممثل لسيطرة المالك من الانحدار ويعمل كخط الأساس للتقديرات عندم تكون كل من (D_m) و (D_w) مساوية للصفر.

(24) يمكن إيضاح ذلك ببساطة باعتبار السلع تنتج تحت ظروف التكاليف الثابتة ودالة الطلب ذات المرونة الثابتة. المحتكرين المستقلين في إنتاج السلعتين (1) و (2) سيضعان هامش السعر - التكلفة الحدية مساوياً لمقلوب مرونة الطلب السعرية (المعرفة كرقم موجب)، أي:

$$\frac{P_i - MC_i}{P_i} = \frac{1}{\eta_{ii}} \quad (i = 1,2).$$

فإذا كان المحتكر الواحد ينتج كلتا السلعتين فإنه يضع:

$$\frac{P_i - MC_i}{P_i} = \frac{1}{\eta_{ii}}\left(1 + \frac{P_j x_j}{P_i x_i}\ \frac{\eta_{jj}}{\eta_{ji}}\right) \quad (i, j = 1,2;\ J \# i)$$

$$\eta_j = -(dx_j/dp_j)(p_j/x_j) \quad و \quad \eta_{ji} = (dx_j/dp_i)(p_i/x_j)$$

وبما أن المرونة السعرية المتقاطعة تكون موجبة في حالة السلع البديلة، فإن سعر كل من السلعتين سيكون أعلى في هذه الحالة.

(25) ارجع مثلاً إلى بيلي وفردليندر Bailey and Friedlander (1982) أو الأكثر شمولاً بومول، وبانزار ويلينج Baumolm Panzar, and Willing (1982).

(62) اطلع على ماجي McGee (1958) حول حالة «ستاندارد للنفط».

(27) لمسح مفصل ارجع إلى آتون (1979)، فصل (5).

(28) ارجع مثلاً إلى كلوينج وآخرين (1980) ص 300-302.

(29) نسبة التركيز الحدية لثماني منشآت هي نصيب المنشآت مرتبة من الخامسة إلى الثامنة في إنتاج الصناعة. وقد ضمن ميلر هذا المتغير ليعكس تأثير الضغط التنافسي لمجموعة الأربع منشآت الأخرى على الأربع منشآت الرائدة. وقد يعزى المعامل السالب الوارد بالمعادلة (9-13) للتحيز الإحصائي ولذا فمن الواجب معاملته بحرص: ارجع إلى كولينز وبريستون (1969) والرد الذي أعده ميلر (1971).

الفصل العاشر
التكاليف الاجتماعية للإحتكار
Social Costs of Monopoly

يهتم هذا الفصل بتكاليف الاحتكار بالنسبة للمجتمع والمحاولات التي بذلت من أجل تقدير هذه التكاليف. وبصفة خاصة نناقش الدراسة الرائدة لهاربرجر Harberger (1954) عن الاحتكار وتخصيص الموارد، بالإضافة إلى الدراسات التي تلتها والتي سعت إلى تطوير وتوسيع هذه الدراسة. وسنرى أن من الواجب وفي كلتا الحالتين العامة والأكثر تحديداً، أن نعامل تقديرات المتغيرات بعناية. وبالرغم من ذلك، فالدراسات التي سنستعرضها تقدم طريقة مفيدة لمناقشة القضايا الخاصة بتحليل الرفاهية المتصل بالإحتكار، ولذلك تعد على جانب كبير من الأهمية.

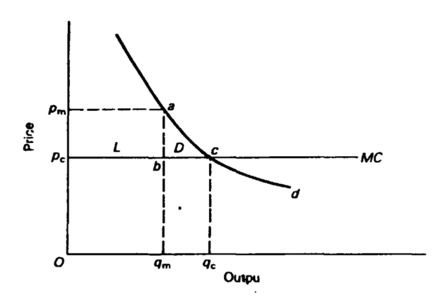
وفيما يلي، نبدأ بسرد مختصر للمشكلة، مع وضع بعض الأطر العامة للإعتبارات التي يجب أن تؤخذ في الحسبان عند دراسة الأدلة المتوفرة. يتبع ذلك، وفي المبحث (10-2) استعراض لدراسة هاربرجر مع بعض الدراسات الأخرى المبكرة. وأخيراً، وفي المبحث (10-3) نتناول بعض التطورات الأخيرة في هذا المجال، وكيفية تأثيرها على الاستنتاجات السابقة لهاربرجر وغيره.

(10-1) القضايا العامة : General Issues:

إن المـأخذ التقليـدي ضد الاحتكـار أو ظـروف المنـافسـة غيـر التـامـة تقيـدها الإنتـاج إلى أقل من مستـويات المنـافسة التـامة، وينـطوي ذلـك على سوء تخصيص الموارد بالإقتصاد. وفي شكلها العام، تنشـأ المشكلة نتيجة لزيادة السعر على التكلفة الحدية في وجود القوة السوقية، مما يخل بأمثلية باريتو لتوزيع الموارد، أي أن بالإمكان الحصول على تخصيص أكثر كفاءة للموارد بحيث يمكن جعل أحد الأفراد أو بعضهم أفضل مما كانوا دون الاضرار بمستـوى رفـاهيـة الآخـرين. وبـالإمكـان تحقيق هـذا الكسب لأن الأسعـار الاحتكارية العالية تعني أن القيمة الاجتماعية للسلع المحتكرة بالنسبة للسلع المنتجة تحت المنافسة تزيـد عن التكاليف الاجتمـاعية النسبيـة لإنتاجهـا. ولـذلك فعن طـريق خفض الأسعار وزيـادة إنتاج السلع المحتكـرة، يمكن تحقيق مكاسب إضافية في صافي منفعة المجتمع وذلك بالإنتقال إلى التوليفة المثلى اجتماعياً من الإنتـاج. وهذه التـوليفة من الإنتـاج (بفرض استبعـاد المؤثرات الجانبية وما إلى ذلك) يتم الحصول عليهـا عند تسـاوي الأسعار والتكاليف الحديـة في كل صنـاعة. وفي هـذا الفصل نهتم بقيـاس تكلفة الاحتكار للمجتمع. معظم الدراسات قد حاولت ذلك من قبل بالإعتماد على تحليل التوازن الجزئي لفائض المستهلك الذي استخدمناه في عدة مواطن في هذا الكتاب. ويحاجج البعض بأن من الممكن قياس صافي الفقد في الرفاهية لأي صناعة بالفقـد في فائض المستهلك (صـافي من الكسب في فائض المنتج) الناجم عن الحياد عن سعر المنافسة، ولهذا المنهـج مزايـا القبول البديهي والبساطة، ولكنه أيضاً له العديـد من نقاط الضعف. وقـد يصح هذا خاصة، وكما هو الحال في الفصل الحالي، عندما يكون اهتمامنا بقياس الفقد في الرفاهية في الاقتصاد كله.

ويمكن توجيه العديد من الإنتقادات إلى الدراسات المختلفة التي تمت وتشمل:

أولاً ـ وأكثرها وضوحاً، هو تركيز الإنتباه على تأثيرات الاحتكار على



شكل رقم (10-1)

زيادة السعر دون التأثيرات الأخرى الممكنة. وهـذه الدراسـات تعني بجزء واحد من القضية ولذا فقد تعطي وجهة نظر متحيزة عن الفقد في الرفاهية بسبب الاحتكار. فمثلاً الشكل (10-1) يمثل صناعة ذات تكلفة حدية ثابتـة (MC)، وطلباً عادياً للسوق (d). فـإذا كانت المنشـآت لها قـوة احتكاريـة في الصناعة فإنهم يضعون السعر (وليكن Pm) فوق المستويات التنافسية[1]. فإذا كان السعر التنافسي هو (P_c) (مساوياً لـ MC)، فإن الاحتكار ينطوي على خســارة كليـة في فــائض المستهلك مسـاويــة للمسـاحــة (P_m a c P_c) منهــا المسـاحة (P_m a b P_c) تمثـل الكسب في فـائض المنتـج. وعليـه يكـون الفقـد الصافي في الرفـاهية النـاجم عن الاحتكار هـو المساحـة (a b c). ونموذج هـاربرجـر الاعتيادي لقيـاس الفقـد في الـرفـاهيـة بسبب الاحتكـار يجمـع المساحات مثل (a b c) لكل الصناعات ليصل إلى تقدير للفقد الإجمالي في الرفاهية.

ولكن مثل هذا المنهج يتجاهل التأثيرات الأخرى الممكنة للإحتكار. مثـلاً، فقد تختلف التكـاليف والأسعـار فيمـا بين المنـافسـة والاحتكـار، ففي بعض الصناعات مثلاً، يرتبط تركيز الإنتاج بوجود اقتصاديـات الحجم التي

تؤدي إلى وفورات تكاليفية حقيقية للإقتصاد. وفي مثل هذه الحالات قد توجد مبادلة بين القوة الاحتكارية والوفورات التكاليفية الحقيقية التي يجب أيضاً أن تؤخذ في الاعتبار (انظر الفصل 12). وبالعكس إذا ما أدى تحول الصناعة إلى الاحتكار إلى زيادة في الكساد وعدم كفاءة الإنتاج فإن الفقد الاحتكاري في الرفاهية سوف يفوق المساحة مثل (a b c) في الشكل. وقد تم نقاش قضية الركود أو عدم الكفاءة المرتبطة بالإحتكار تحت اسم مستعار وهو اكس عدم الكفاءة (X-inefficiency) (انظر ليبنستين Leibenstein, 1966) ونناقشها أكثر (وعلاقتها بالإندماج) في الفصل الثاني عشر.

وقد رأينا في الفصل الخامس أن الفرق في الكفاءة بين المنشآت قد يكون له تأثير على زيادة الأرباح والتركيز في الصناعة. ويؤدي ذلك إلى بعض المشاكل عند تفسير النتائج عندما نتناول الفقد في الرفاهية. فالمنشأة التي تملك موارد أفضل في الصناعة التنافسية سوف تحقق ريعاً مرتبطاً بهذه الموارد في توازن المنافسة. وعليه يبدو أن شمول مقياس الرفاهية المفقودة على هذا الريع سوف يزيد من قيمته، ولكن قد تكون هناك مشاكل دقيقة في التفسير هنا (انظر ديسمتيز 1913) وقد يكون التعديل المطلوب معقداً.

وبالإضافة لتأثير الاحتكار على التكاليف، فقد يكون له تأثيرات أخرى أكثر اتساعاً. فكما لوحظ في الفصل السابع، إن الحجة الرئيسية في الدفاع عن الاحتكار هي أن درجة معينة من القوة الاحتكارية تساعد على التحديث والتقدم التقني. ويجب أيضاً اعتبار الكسب في الكفاءة الحركية عند دراسة كيفية عمل مثل هذه التأثيرات. ولكن لم تتم أية محاولات حتى الآن لقياس المبادلة (إن وجدت) بين الكفاءة الساكنة والحركية.

وقد يكون للإحتكار آثار في اتجاهات أخرى. فمثلاً، وكما لاحظنا في الفصل السادس، فقد يقود إلى مستويات من الإعلان التي يمكن وصفها بالإسراف وإهدار الموارد في الصناعات ذات التركيز المتوسط إلى العالي، عندما تقوم منشآت احتكار القلة بالإعلانات الدفاعية المعادلة. كذلك فقد يقود الاحتكار إلى الإسراف في توليد منتجات جديدة، أو إلى استصدار

براءات الاختراع، أو التسعير النهبي أو إلى أي تكتيكات أخرى نهبية ومضادة للمنافسة مصممة لتقييد الدخول و/أو معاقبة المنافسين. لقد أهملت مثل هذه التأثيرات أساساً فيما يختص بمقياس الفقد في الرفاهية الناجم عن الاحتكار. ولكن، تم في بعض الدراسات الحديثة النظر إلى تكاليف محاولة كسب أو صيانة وضع احتكاري وسنناقش هذه الدراسات أكثر في المبحث (3-10) فيما يلي.

وقد انتقدت تقديرت الفقد في الرفاهية بسبب الاحتكار حديثاً وعن طريق مختلف بعض الشيء وعلى مستوى أعم بواسطة ليتلتشايلد Littlechild (1981) معبراً عن وجهة نظر «الاقتصاديين النمساويين المحدثين»، حيث يُحاجج بأن تقديرات الفقد بواسطة الاحتكار الخاصة بهاربرجر وآخرين تعتمد على أسلوب علمي غير مفهوم. فتبعاً للمدرسة الاقتصادية الفكرية النمساوية، يجب النظر إلى المنافسة كعملية فضلاً عن النظر إليها كمفهوم توازن، وبالتالي فمن الواجب اعتبار الأرباح كسمة مكملة لهذه العملية بدلاً عن اعتبارها مجرد انحراف احتكاري عن مستويات المنافسة. ففي نظر ليتلتشايلد، تنشأ معظم الأرباح المشاهدة عن المكاسب والخسائر غير المتوقعة والتي تنجم عن اللايقين في السوق أو أن أصحاب الأعمال من ذوي المواهب قد تمكنوا من اقتناص الفرص السوقية. وتعتبر هذه الأرباح سمة حيوية للإقتصاد الحركي الذي يعمل بنجاح وبالتالي فلا يجب أن ينظر إليها كدليل على الفقد في الرفاهية، وأي محاولة لإزالة مثل هذه الأرباح الاحتكارية من الاقتصاد، يعتبر في نظر ليتلتشايلد عملاً بعيداً عن تحسين الرفاهية، ومن المحتمل أن يؤدي لمزيد من الضرر.

ومن الواضح أن هذه الحجة تعتمد بقوة على الاعتقاد في العملية المفيدة لاقتصاد السوق الحر. والسؤال عما إذا كان ليتلتشايلد يعتقد بعدم إمكانية وجود قوة احتكارية في المنشآت الخاصة (التي تختلف عن الاحتكار المزعوم بواسطة الحكومة)، أو أنه يعتقد بأن الاعتبارات الحركية كفيلة بتغطية أي فقد ساكن في الرفاهية يعتبر غير واضح كلية. ولكن من الواضح أن

الأخذ بالحجة الأولى سوف يكون أمراً غير مقبول لأن ذلك يستوي مع إنكار وجود مشكلة الاحتكار دون تقديم الأدلة. ومن جهة أخرى، فإذا أمكن وجود القوة الاحتكارية الخاصة (وهو بالتأكيد ممكن)، فإن حجة ليتلتشايلد ضد قياسها تفقد قوتها. وباختصار، فإن الحجة القائلة بأن الأساس التوازني لقياس الفقد في الرفاهية بسبب الاحتكار ينطوي على فهم خاطىء تبدو أنها حجة لا يعتد بها.

وهناك قضية عامة أخيرة ذات صلة بتقديرات الفقد في الرفاهية بسبب الاحتكار يجدر الإشارة إليها باختصار، وتتصل باستخدام مقاييس التوازن الجزئي لتقدير الفقد في الرفاهية الناجم عن الاحتكار. فكما هو معروفاً جيداً، إن بالإمكان انتقاد فائض المستهلك كمقياس للرفاهية الاقتصادية لعدة أسباب (ارجع مثلاف إلى، جرافيل وريز الفصل الرابع Gravelle and Rees, 1981). فهذا المقياس له ترجمة محددة في نظرية المستهلك المعروفة، بشرط أن يكون أثر الدخل الناتج عن تغيرات السعر مساوياً للصفر، وهو أمر غير متوقع بالطبع للكثير من السلع. وكذلك وربما أكثر أهمية، نجد أن تجميع هذه المقاييس عبر أفراد المجتمع للوصول إلى مقياس للفقد في الرفاهية يتجاهل ببساطة التساؤلات عن العدالة. وبينما يمكن أن نتخيل إمكانية التعامل مع مسألة العدالة بطريقة منفصلة (مثلاً عن طريق أمثلة الضرائب والإعانات المثلى) فمن الصعب قبول هذا الفرض عملياً. ولذلك، فلا يمكن أن نتجاهل وببساطة قضية العدالة، ويجب أخذ ذلك في الحسبان عند مناقشة الدراسات التالية.

ولكن، عندما يدرى المرء تكلفة الاحتكار الإجمالية للمجتمع في الاقتصاد هناك تحفظات هامة على استخدام أساليب التوازن الجزئي. ففي الاقتصاد الذي توجد به الإنحرافات الاحتكارية في عدد من الأسواق تشير اعتبارات أفضل البدائل (Second - best) (ليبسي ولانكستر Lipsey and Lan-caster 1956/1957) إلى أن مقياس الفقد في الرفاهية قد لا يكون واضح المعالم. والحالة التقليدية، بالطبع هي عندما يمكن للزيادة في الاحتكار في

إحدى الصناعات أن تعادل الإنحرافات الناشئة في صناعة أخرى تنتج سلعة بديلة (مثل الغاز والكهرباء). في مثل هذه الحالات يمكن أن يكون استخدام مقياس الفقد في الرفاهية المبني على التوازن الجزئي مضللاً للغاية. وقد اتضح من العديد من الدراسات على المحاكاة (Simulation) (برجسون وكاي Bergson, 1913 and Kay, 1983) إن أخطاء فادحة تنتج عن استخدام أساليب التوازن الجزئي (تؤدي بصفة خاصة إلى تقدير الفقد في الرفاهية بأقل من حجمه الحقيقي) وهذه أيضاً تقود إلى التحفظ فيما يختص بالتقديرات التي نناقشها فيما يلي.

(10-2) بعض التقديرات المبكرة: Some Early Estimates:

والآن نحول انتباهنا إلى المحاولات التي بذلت من أجل تقدير كمية الفقد في رفاهية المجتمع بسبب الاحتكار. كان العمل الرائد في هذا المجال هو عمل هاربرجر وسنبدأ بالنظر إلى عمله. ثم نتناول بعض الإنتقادات والإضافات التي تمت على هذا العمل.

لقد اعتبر هاربرجر في دراسته (1954) أن الاقتصاد مثالي وفي حالة توازن، حيث تعمل جميع المنشآت على منحنيات التكاليف في المدى الطويل، والكمية المطلوبة تساوي الكمية المعروضة في جميع الأسواق (أي انجلاء السوق)، وجميع المنشآت تحقق معدل عائد عادي على رأس المال المستثمر. وبالطبع، في الواقع العملي، قد لا تتحقق أياً من هذه الشروط، ولكن إذا فرضنا أن التكاليف في المدى الطويل تكون ثابتة وأننا نشاهد توازن السوق في الاقتصاد، فإن الإختلافات في معدل العائد تكون دليلاً على سوء توزيع الموارد، وبالتحديد يجادل هاربرجر بأن معدل العائد المرتفع يمكن استخدامه كؤشر على تقييد الإنتاج وبالتالي على وجود صناعات تستخدم القليل جداً من الموارد، وبالعكس فإن معدل العائد المنخفض سوف يكون مرتبطاً بالصناعات التي تفرط في استخدام الكثير جداً من الموارد. فبالنظر إلى انحرافات معدل العائد عن المستوى الأقل تحت

المنافسة يمكن تقدير الفقد في الرفاهية بسبب الاحتكار.

وقد استخدم هاربرجر هذا المنظور ليثبت أن الفقد في الرفاهية بسبب الاحتكار في الولايات المتحدة كان صغيراً جداً بالمقارنة بالدخل القومي للولايات المتحدة. فباعتبار أن الشكل (10-1) يمثل صناعة معينة باقتصاد الولايات المتحدة بتكلفة حدية ثابتة (MC)، وصافي فقد في الرفاهية بسبب الاحتكار ممثلاً بالمساحة (D = المساحة abc). يحاجج هاربرجر بأن بالإمكان كتابة تقدير تقريبي لهذه المساحة كالآتي:

$$D = -\frac{1}{2}\Delta p \, \Delta q \qquad (10\text{-}1)$$

حيث أن (ΔP) هو الزيادة في السعر فوق مستويات المنافسة و (Δq) هو النقص في الإنتاج المصاحب. فإذا عرفنا المرونة السعرية لطلب السوق [$\eta = -(\Delta q/\Delta P) \cdot (P_m q_m)$] وهامش السعر - التكاليف الحدية ($M = | P/P_m$) إذاً فمن الواضح أن (ΔP) في (10-1) يساوي (MP_m) بينما ($\Delta Q = - M\eta \, qm$). وعليه بالتعويض في (10-1).

$$D = \frac{1}{2}M^2 \eta \, (P_m q_m) \qquad (10\text{-}2)$$

وكتقدير تقريب، إذاً يمكننا أن نقدر صافي الفقد (D) من (10-2) باستخدام الهامش (M) والمرونة السعرية لطلب السوق وإيراد المبيعات (P_m/q_m).

ومن أجل ذلك وضع هاربرجر بعض الفروض الخاصة:

أولاً - يفترض في حالة عدم توفر المعلومات عن المرونات السعرية، أن كل هذه المرونات مساوية للواحد الصحيح. ومن وجهة نظره، إن مثل هذا الفرض يكون خطأ على الأكثر عندما يدرس المرء التحرك العام للموارد المطلوبة للقضاء على الاحتكار.

ثانياً - يفترض هاربرجر أن معدل العائد التنافسي يتساوى ومتوسط معدل العائد في عينته، مأخوذاً كمعدل العائد الذي يمكن أن يسود لو أن

الموارد قد وزعت بالطريقة المثلى. (وسيخضع هذا الفرض خاصة للتساؤل في نقاشنا التالي). وأخيراً، وبناء على ما تقدم، فقد افترض أن الفقد في الرفاهية، نشأ في الصناعات ذات معدل العائد الذي يفوق مستوى المنافسة (كما هو موضح في الشكل 1-10) وبالمقابل في الصناعات التي تحقق أرباحاً أقل من أرباح المنافسة. وقد استخدمت هذه الفروض مع بيانات جمعها ابستين (Epstein) من (2046) منشأة في (13) صناعة بالولايات المتحدة لتقدير الفقد في الرفاهية في صناعات الولايات المتحدة في الفترة (1928 - 1924).

وبهذه الفروض والبيانات قدر هاربرجر مقدار الموارد التي أسيء تخصيصها والآثار على الرفاهية المترتبة على ذلك في الصناعة بالولايات المتحدة.

أولاً ـ بفرض أن لمنحنى الطب مرونة مساوية للوحد على الجزء المعني منه، فإن مقدار الموارد التي أسيء تخصيصها (المساحة q_mbcq_c بالشكل 1-10) تكون مشاوسة تماماً للربح الزائد (المساحة q m b c q c)[2]. وقد مكنت هذه التبسيطات هربرجر من الإجابة على السؤال عن قيمة الموارد الواجب تحويلها من الصناعات ذات الربح العالي إلى الصناعات ذات الربح المنخفض لكي تتساوى معدلات العائد. وكانت الإجابة الـ (13) صناعة (تم إيجادها بجمع النقص في الأرباح في الصناعات الأقل من المستوى المتوسط هي، 550 $ مليون. وبزيادة هذا الرقم ليغطي جميع الصناعات التحويلية (منها 55% لم تكن ممثلة في عينته) كانت قيمة الموارد التي أسيء تخصيصها في جميع الصناعات التحويلية 2-1 $ بليون وهذه تمثل 4% من موارد الصناعات التحويلية أو (1-5%) من الناتج الإجمالي القومي (G N P) في الولايات المتحدة في النصف الثاني من العشرينيات.

ويمكن حساب الرفاهية المكتسبة عن طريق مثل هذا التحويل للموارد من المعادلة (2-10) لكل صناعة بـ (η-1)، ويعطي هذا تقديراً لصافي الفقد المتمثل في المثلث (a b c) في الشكل (1-10) لحالة انخفاض الإنتاج، وكذلك مساحة مثلث مقابلة في حالة زيادة الإنتاج. وبما أن المكاسب

الاقتصادية تحدث في كلتا المجموعتين من الصناعات عندما يعاد توزيع الموارد، فإن هاربرجر يجادل بأن الكسب الكلي في الرفاهية يتكون من مجموع المكاسب في جميع الصناعات. ولعينة الـ (13) صناعة كان هذا المجموع مساوياً لـ (5 - 25 $) مليون، وتزيد إلى (59 $) مليون عندما تزداد العينة لتشمل جميع الصناعات التحويلية (حتى تلك التي لم تشملها العينة أصلاً). وهذا الرقم يقل قليلاً عن 1% - 0 من إجمالي الناتج القومي (G N P) للولايات المتحدة في العشرينيات ويمثل 5 - 1 $ للفرد فقط في الولايات المتحدة في زمن كتابة هذه الدراسة.

وقد فشلت عدة محاولات لهاربرجر، استخدم في تحليلها فروضاً بديلة، في التأثير على استنتاجه بأن الرفاهية المكتسبة من القضاء على سوء توزيع الموارد بسبب الاحتكار في الصناعة بالولايات المتحدة يمكن إهمالها، وقد دفعه هذا إلى الإستنتاج التالي: «إن اقتصادنا وبالتأكيد لا يبدو أن يكون احتكاراً رأسمالياً بالحروف الكبيرة الحمراء». ويمكننا أن نتجاهل عناصر الاحتكار مع احتفاظنا بمفهوم جيد جداً عن كيفية عمل نظامنا الاقتصادي وكيفية توزيع مواردنا. وعندما ينصب اهتمامنا بالصورة الشاملة لاقتصادنا الصناعي فلا يجب أن نشعر بالذنب لمعاملته كاقتصاد تنافسي لأنه في الحقيقة أقرب ما يكون لذلك. ومن جهة أخرى، عندما ينصب اهتمامنا بصناعة بعينها فمن الحكمة دائماً أن تأخذ عناصر الاحتكار في الحسبان، وبالرغم من أن عناصر الاحتكار في أدوات الزينة تعد «قطرة في وعاء» في الصورة الكبيرة الشاملة للصناعة الأمريكية، فلا يزال لها أهمي كبيرة عندما تنصب دراستنا على سلوك هذه الصناعة بصفة خاصة. (هاربرجر، 1954، ص 81) وقد جلبت هذه الإستنتاجات ولا عجب الكثير من الانتباه، وعدداً من الإنتقادات ومحاولات الإضافة لعمل هاربرجر.

وقد جاء العديد من الإنتقادات لتقديرات هاربرجر في ورقة بحثية لستيجلر (1956):

أولاً - وأكثرها وضوحاً، انتقد ستيجلر فرض هاربرجر العفوي بأن

مرونة الطلب السعرية مساوية للوحدة. فمن الواضح من المعادلة (10-2) أن القيم الأكبر لـ (η) ترفع من تقدير الفقد في الرفاهية، وفي رأي ستيجلر أن التنسيق بين القلة المحتكرة سوف يقيد الإنتاج إلى الجزء الأكثر مرونة على منحنى الطلب.

ثانياً - يحاجج ستيجلر بأن استخدام هاربرجر لمعدلات العائد المحاسبية قد تنتج تقديرات للرفاهية المفقودة بالاحتكار متحيزة إلى أسفل وذلك لأن من المحتمل أن يأخذ جزءاً من أرباح المحتكر شكل الزيادة في قيمة أصوله مما يتسبب في تقدير معدل ربح المحتكر بأقل مما هو عليه حقيقة.

ثالثاً - قد يمتص جزءاً من أرباح المحتكر في الحقيقة في عناصر الإنتاج اللارأسمالية والتي تبدو كتكاليف وليس كأرباح في الحسابات الدفترية. كذلك فمن الواجب أن تأخذ في الاعتبار عناصر الاحتكار في مدفوعات عناصر الإنتاج مثل الأجور، ومرتبات الإداريين، والريع والإيجار.

وأخيراً - فقد يبالغ متوسط العائد في عينة هاربرجر في قيمة العائد التنافسية، وبالتالي تؤدي لتقدير منخفض للفقد في الرفاهية. فإذا كان الاحتكار سائداً في الصناعة التحويلية بدرجة أكبر عنه في القطاعات الأخرى للإقتصاد، فإن الفقد الكلي في رفاهية الاقتصاد قد يميل لأن يكون مبالغاً في تقديره باستخدام بيانات الصناعة التحويلية فقط.

إن استخدام هاربرجر لمتوسط العائد بالعينة كمعيار للحكم على الفقد في الرفاهية بسبب الاحتكار يحتاج منا بعض الانتباه. ففي الواقع، عند استخدام هذا المتوسط فإننا نقيس المكاسب التي يمكن تحقيقها (الموجبة والسالبة) عن طريق المساواة بين معدلات الربح في الصناعة. ولكن، قد يؤدي استخدام هذا المتوسط في المبالغة في معدل العائد تحت المنافسة، وذلك اعتماداً على مدى وجود العوامل الاحتكارية بالعينة. وسوف لا يكون الأمر كذلك فقط إذا خلت العينة من عناصر الاحتكار. وبالتالي فإن طريقة

هاربرجب تفترض فيما يبدو أن الصناعة تنافسية، الأمر الذي يؤدي بتقديراته لأن تكون متحيزة إلى أسفل.

ومن جهة أخرى، فمن المحتمل أن يكون جزء من انحرافات معدلات الربح عن المتوسط (في تقدير هاربرجر قد تصل إلى الثلثين) راجعاً إلى الفرصة و/أو تأثيرات عدم التوازن بدلاً عن الاحتكار. فإذا كانت هذه هي الحالة فهناك احتمال للمبالغة في تقدير الفقد في الرفاهية بسبب الاحتكار.

ومن الواضح أن جميع هذه الحجج لها بعض القوة، والسؤال القائم هو هل تعتبر نتائج هاربرجر قوية. سعت العديد من الدراسات للإجابة عن هذا السؤال، فوجدت نتائج مماثلة تماماً لنتائج هاربرجر. فمثلاً، وجد سكوارتزمان Schwartzman (1960) أن الفقد في الرفاهية يقل عن (0 - 1%) من الناتج القومي الإجمالي (GNP) في الولايات المتحدة في سنة 1954 بالرغم من استخدامه لبيانات مباشرة عن هوامش الربح والسماح بمرونات سعرية تصل إلى (2). وكذلك فقد وجد ورستر Worcester (1983) وباستخدام فروض قوية في تحليله بهدف الحصول على تقديرات يمكن الدفاع عنها لأقصى حد (maximum defensible)، أن الرفاهية المفقودة بسبب الاحتكار تتراوح بين (0 - 43% و 0 - 13) من الدخل القومي للولايات المتحدة في الفترة (1956 - 1969). والجديد في هذه الدراسة هو أن ورستر قد تناول بيانات عن منشآت منفردة (أكبر 500 صناعة) بدلاً عن الصناعات في محاولة لتفادي التقدير المتحيز إلى أسفل والناتج عن استخدام بيانات متوسطات الصناعات. وبالرغم من ذلك كان الحد الأعلى للفقد في الرفاهية صغيراً جداً.

إحدى الدراسات المبكرة التي قام بها كامرشن Kamerschen (1966)، جاءت باستنتاجات مختلفة إلى حد ما، فقد تناول كامرشن الرفاهية المفقودة بسبب الاحتكار في صناعة الولايات المتحدة في الفترة (1956 - 1960) وباستخدام أسلوب علمي مماثل لأسلوب

هاربرجر، وجد أن الفقد في الرفاهية بسبب الاحتكار قد بلغ (1 - 9%) من الدخل القومي في هذه الفترة: أي أعلى بكثير عن تقدير هاربرجر. ويعزي ذلك إلى جودة البيانات التي استخدمها وإلى ضم القطاعات الأخرى إلى جانب الصناعات التحويلية في تحليله (ويحتمل أيضاً أن يرجع الفرق إلى اختلاف الفترة الزمنية المستخدمة). وقد عدل الفرض الخاص بمرونة الطلب الآحادية، وبالإضافة إلى ذلك فقد فرض شروط تعظيم ربح المحتكر في كل صناعة (أي $M = 1/\eta$ في المعادلة 2 - 10) وقد زادت هذه الفروض من الرفاهية المفقودة إلى (6%) من الدخل القومي. ومن الواضح أن هذه الأرقام تزيد زيادة كبيرة عن تلك التي وجدها هاربرجر وآخرون[3]. ولكن وباستثناء دراسة كامرشن، فجميع التقديرات المبكرة عن الرفاهية المفقودة بسبب الاحتكار توحي بأنها كانت غير معنوية بالنسبة للدخل القومي للولايات المتحدة. لذا يبدو أن الاحتكار لم يكن مشكلة عامة باقتصاد الولايات المتحدة[4]. ولكن هذا الاستنتاج قد واجه بعض التحديات من الدراسات الأكثر حداثة، وسوف نتناول هذه الأعمال في المبحث (3 - 10).

(3 - 10) دراسات أكثر حداثة: More Recent Studies:

يقتصر اهتمام دراسات هاربرجر والآخرين التي نوقشت حتى الآن على سوء تخصيص الموارد الناتجة عن تقييد الإنتاج. وعليه، ففي إطار التحليل الاعتيادي للفقد في الرفاهية (شكل 1 - 10) فإن هذه الدراسات تتناول فقط مساحات صافي الفقد، (D) ولكن العديد من الاقتصاديين وخاصة بوسنر Pos-ner (1915) (انظر تالوك Talock 1961) قد جادلوا بأنه عندما توجد أرباح الاحتكار فإنها سوف تجذب الموارد للمنافسة على هذه الأرباح وأن هذا في حد ذاته قد يؤدي إلى استخدام غير كفء للموارد. وسوف نناقش هذه الحجة (كما قدمها بوسنر) بمزيد من التفصيل فيما يلي وسوف ننتقل بعد ذلك إلى تناول الدراسات الأخرى الحديثة عن فقد الرفاهية.

إن المنافسة للحصول أو الحفاظ على الأرباح الاحتكارية يمكن أن تأخذ أشكالاً متعددة. وأحد الأمثلة قد يكون المنافسة غير السعرية على

الإعلان أو تصميم المنتج، والتغليف، وهلم جراً، حيث تسعى المنشآت إلى جذب أو الحفاظ على أرباح الاحتكار. وبما أن مثل هذه النفقات قد لا توجد في إطار المنافسة فبالإمكان اعتبارها فقد من وجهة نظر المجتمع. وكذلك النفقات التي تبذل بهدف تشييد عوائق الدخول مثل بناء طاقة إنتاجية فائضة وتوليد منتجات جديدة أو الحصول على براءات لسلع جديدة (انظر الفصل الرابع) فهي تصمم أيضاً للمحافظة على أرباح الاحتكار. وقد تتكبد المنشآت تكاليف هدم عوائق الدخول، عن طريق الإعلان على سبيل المثال، وهذه تمثل محاولة للتنافس على أرباح الاحتكار. كما أن دفع الرشاوى أو محاولة التأثير على الحكومات والمسئولين تعتبر طرقاً أخرى لاكتساب أو المحافظة على أرباح الاحتكار. وجميع هذه النفقات والتي لا تتم تحت ظروف المنافسة تعتبر (وفقاً لبوسنر) مصدراً ممكنناً للضياع الناشىء عن الاحتكار.

ومن أجل قياس حجم هذه النفقات المضيعة قام بوسنر بوضع بعض الفروض القوية جداً. وبالتحديد، افترض بوسنر أن المنافسة لاكتساب أو للمحافظة على أرباح الاحتكار كانت أساساً كأي نشاط تنافسي آخر. ولذا، فعلى أساس الفرض المحدد بأن الموارد لها عرض تام المرونة لهذا النشاط، فإن قيمة الموارد المخصصة سوف تساوي الإيراد الذي يمكن تحقيقه (أي أرباح الاحتكار). وبالإضافة إلى ذلك فإذا فرض أن هذه الموارد قد ضاعت بالكامل (ومن الواضح أنه فرض قوي)، فإن التكلفة بالنسبة للمجتمع أيضاً تتساوى وأرباح الاحتكار. وبناء على هذه الفروض، إذاً، تكون تكلفة الاحتكار للمجتمع مساوية للمساحة (D) بالإضافة للمساحة (L) في الشكل (10-1)، حيث أن المساحة (L) تمثل الموارد المهدرة عند التوازن للتنافس على اكتساب والمحافظة على أرباح الاحتكار. وبما أن المساحة (D) تقدر تقريباً بالكمية $(-\frac{1}{2}\Delta P \Delta q)$ حيث أن $[L = \Delta P (qc + \Delta q)]$، فإن الحجم النسبي لـ D هو:

$$\frac{D}{L} = \frac{-\Delta q}{2(q_c + \Delta q)} \qquad (10\text{-}3)$$

والتي يمكن التعبير عنها باستخدام المرونة السعرية لطلب السوق عند السعر التنافسي، (η_c)، والزيادة النسبية للسعر فوق السعر التنافسي ($M_c = \Delta P/Pc$) كالآتي:

$$\frac{D}{L} = \frac{M_c}{2\,(1/\eta_c - M_c)} \qquad (10\text{-}4)$$

وتوضح المعادلة (10-4) أن المساحة (L) تكون كبيرة بالنسبة للمساحة (D) عندما تكون (M_c) صغيرة و (η_c) صغيرة، فمثلاً بمرونة سعرية مساوية للوحدة وزيادة سعرية فوق مستوى المنافسة مساوية لـ 10%؛ فإن نسبة (D) إلى (L) هي (1 إلى 18). إذاً من الواضح أن طريقة بوسنر تقدم مجالاً لزيادة هائلة في تكلفة الاحتكار للمجتمع إذا ما أخذت في الاعتبار المنافسة لاكتساب و/أو للمحافظة على أرباح الاحتكار.

وفي الحقيقة فقد ظهر ذلك في التقديرات التي قدمها. فباستخدام بيانات هاربرجر، مثلاً، وجد أنه بينما تكون (D) مساوية لـ (0.1%) من إجمالي الناتج القومي، فإن (L) تساوي 3-3%، وعليه يكون الفقد الكلي المقدر في الرفاهية باستخدام بيانات هاربرجر هو 3.4%[5]. وعموماً. فبفرض متوسط الزيادة السعرية في الصناعات التحويلية والتعدين (2%) (مع مرونة سعرية لطلب السوق ثابتة عند مستوى أعلى قليل عن الواحد الصحيح)، وجد بوسنر أن تكلفة الاحتكار للمجتمع في هذا القطاع كانت 0.6% من إجمالي الناتج القومي، وتزيد إلى 2% - 1 إذا ما استخدمت زيادة سعرية مساوية لـ 4%. وهذه الأرقام أعلى بكثير عنها في حالة احتساب المساحة (D) فقط. ولكن في رأي بوسنر، فقد تحمل المجتمع تكاليف تزيد عن ذلك في القطاع المنظم أو المقيد بالقانون في الاقتصاد الأمريكي، حيث من المحتمل أن تسود هذا القطاع نسب أعلى للزيادة السعرية فوق مستوى التنافس[6].

وتوضح تقديرات بوسنر إمكانية زيادة تكاليف الاحتكار للمجتمع إذا ما

أخذ في الحسبان النفقات الضائعة في التنافس على اكتساب أرباح الاحتكار. ولكن هناك تحفظ هام على استخدام أرباح الاحتكار لقياس هذه النفقات. فمن المحتمل أن تكون هذه النفقات المهدرة أقل من أرباح الاحتكار لأن مثل هذه النفقات قد يكون لها بعض المنافع للمجتمع، ولأن المنافسة على أرباح الاحتكار قد لا تكون بالقوة التي فرضها بوسنر. ولذا، فمثلاً، أشكال المنافسة غير السعرية كالإعلان أو تحديث السلع، من المحتمل أن تؤدي إلى منافع للمجتمع في صورة معلومات محسنة ومنتجات أفضل. ولذلك فإن أي تكلفة للمجتمع ناتجة عن التنافس على مواضع احتكارية يجب أن تحسب صافية من هذه التأثيرات. كذلك فقد تكون المنشآت ذات القوة الاحتكارية قادرة على التواطؤ لتفادي المنافسة على أرباح الاحتكار. وعلاوة على ذلك فإن من المتوقع أن تكون المنافسة على أرباح الاحتكار أضعف مما افترضه بوسنر، وذلك في اقتصاد يعد فيه التركيز العالي أو الاحتكار صفة سائدة.

ومن جهة أخرى فهناك حجج مؤيدة للرأي القائل بأن الأرباح تظهر التكلفة الاجتماعية بأقل مما هي عليه. أكثرها وضوحاً، عندما تتحمل هذ النفقات منشآت عاملة بالفعل في صناعة ما، فإن جزءاً من أرباح الاحتكار تظهر في الحقيقة كتكاليف بالنسبة للمنشآت. والحل الأمثل، أن يتم قياس الأرباح الكلية للإحتكار بما فيها مثل هذه النفقات حتى نحصل على المقارنة الصحيحة مع ظروف المنافسة.

كذلك فإن محاولات الحكومة للتقليل من مساوىء الاحتكار (عن طريق السياسات المناوئة للإحتكارات والإندماجات، وما إلى ذلك) سوف تنطوي في حد ذاتها على تكاليف للمجتمع، فمن الواجب شمولها أيضاً في الحسابات. وقد لا تكون لمثل هذه التكاليف صلة مباشرة بأرباح المحتكر الفعلية كما هو الحال مثلاً بالنسبة للسياسة الفعالة (لكنها تكلفة) التي تزيد أرباح المحتكر من الصناعة. وبينما يصعب مقارنة هذه الحجج مع تلك المؤيدة لوجود تقديرات مبالغ فيها لتكاليف أرباح الاحتكار للمجتمع، فمن

الواضح أن من المحتمل ألا تكون الصلة بين هذه العوامل قوية جداً. ولذا فمن الواجب التعامل مع تقديرات بوسنر بشيء من الحرص.

وبالرغم من ذلك، فقد قدمت دراسته مفهوماً أوسع لتكلفة الاحتكار للمجتمع عن ذلك الذي ناقشه هاربرجر والكتاب السابقون، وقد ضمنت هذه الأفكار وبصفة خاصة في تقديرات كولينج وميلر (1918) عن الفقد في الرفاهية، ونتحول الآن إلى دراسة أعمالهم.

لقد سعى كولينج ومولر في الحقيقة إلى رصد عدد من الانتقادات لأعمال هاربرجر والآخرين. وتعد دراستهما جديدة من حيث تقديمها لتقديرات عن بريطانيا للمرة الأولى. وكذلك وخلافاً لمعظم الدراسات السابقة، وجدت دراستهما أن الفقد قد يكون كبيراً جداً. ولكن مع إبقائها على منهج التوازن الجزئي، تبقى هذه الدراسة هدفاً للنقد بسبب تجاهلها للإعتماد المتبادل بين الصناعات وبين المنشآت تماماً كالدراسات السابقة. كما إنها تضع بعض الفروض القوية جداً الخاصة بها والتي نناقشها أكثر فيما يلي.

لقد بنى كلوينج ومولر تحليلهما على أربعة انتقادات لمنهج هاربرجر.

أولاً - يرى الكاتبان أن استخدام هاربرجر لتقديرات الزيادة السعرية والمرونة السعرية منفصلة في المعادلة (10-2)، يعني إهماله للإعتماد المتبادل بين الإنحراف السعري، وتقييد الإنتاج الراجع للإحتكار. فعلى مستوى المنشأة الذي اعتمد عليه التحليل يحاجج كلوينج ومولر بأن المنشآة (i) تعظم الربح بتحقيق المتساوية:

$$\frac{P_i - MC_i}{P_i} = \frac{1}{\eta_i} \qquad (10\text{-}5)$$

حيث أن (P_i) و (MC_i) هما السعر والتكلفة الحدية للمنشأة (i)، و (η_i)

هي مرونة الطلب السعرية الخاصة بها. ولذلك، فإذا فرضنا للتبسيط أن التكاليف ثابتة وأن منحنى الطلب خطي، يكون صافي الفقد:

$$D_i = -\frac{1}{2}\Delta P_i \Delta q_i$$
$$= \frac{1}{2} q^m{}_i \, \Delta p_i$$
$$= \frac{1}{2}\pi_i$$

حيث أن (π_i) هو ربح الاحتكار. وذلك لأن، انتاج المحتكر يساوي نصف إنتاج المنافسة في حالة منحنى الطلب الخطي، أي أن ($-\Delta q_i = q^m{}_i$). وعليه، يمكن اعتبار صافي الفقد في الرفاهية مساوياً (بناء على هذه الفروض) لنصف ربح المحتكر للمنشأة (i) (بعد السماح بمعدل عائد تنافسي على رأس المال).

ثانياً ـ انتقد كلوينج ومولر هاربرجر لقياسه معدل العائد التنافسي كمتوسط لمعدلات الربح في عينته. وهناك انتقادان حول هذه النقطة:

أ ـ بما أن الريع الممكن للمحتكر قد ضمن في حساب متوسط معدل الربح، فسوف يؤدي ذلك للمبالغة في تقدير معدل العائد التنافسي.

ب ـ وكما لوحظ من قبل، فإن قياس هاربرجر لانحرافات الأرباح حول متوسط معدل الربح، تعني أنه في الواقع قد قام بقياس المكاسب الناتجة عن تساوي معدلات العائد بدلاً عن تحقيق معدل العائد التنافسي. وقد تفادى كلوينج ومولر هذه المشاكل عن طريق استخدام تقدير مستقل لمعدل العائد التنافسي. وكذلك وعلى خلاف ما قام به هاربرجر، فقد أخذ الكاتبان الإنحرافات الموجبة فقط عن هذا المعدل كنتيجة للإحتكار، مدعين بأن الإنحرافات السالبة تعبر عن خسائر مؤقتة وليس عن الإنحرافات طويلة الأجل للإحتكار. وبالطبع، لا بد أن تسجل بعض الإنحرافات الموجبة المؤقتة أيضاً في بياناتهم.

ثالثاً ـ انتقد كلوينج ومولر الدراسات السابقة (باستثناء وارستر 1913)

لاستخدامها للبيانات على مستوى الصناعة. فمن المحتمل في رأيهم أن تؤدي مثل هذه البيانات إلى تقديرات متحيزة إلى أسفل لتكلفة الاحتكار بالنسبة للمجتمع وذلك لسببين:

أ ـ بما أن أرباح الصناعة هي مجموع أرباح المنشآت، فإنها تشتمل على الأرباح الأقل من الربح التنافسي الذي تحققه بعض المنشآت. وبما أن مثل هذه الأرباح قد اعتبرها كلوينج ومولر مؤقتة، فيجب استبعادها من التحليل.

ب ـ إن المشكلة السابقة تتفاقهم أكثر بسبب تربيع هوامش الربح عند تقدير صافي الفقد. ويرى كلوينج ومولر (في دراستهما) أن بالإمكان تفادي هذه المشكلة بالنظر إلى أرباح الاحتكار عند مستوى المنشأة.

وأخيراً ـ وكما فعل بوسنر، أضاف الباحثان تقديرات لتكلفة الموارد المستخدمة في محاولات اكتساب أو الإبقاء على قوة الإحتكار. وينطوي إضافة هذه التكاليف على كل من إعادة تعريف أرباح الاحتكار بحيث لا تعامل مثل هذه المنصرفات كجزء من التكاليف، بالإضافة إلى قياس المنصرفات الضائعة كجزء من أرباح الاحتكار الكلية. وفي هذا الصدد، وضع كلوينج ومولر ثلاثة تعديلات بسيطة:

1 ـ عدلا أرباح الاحتكار إلى أعلى بمقدار منصرفات الإعلان، والتي عوملت كمنصرفات زائدة بالنسبة للوضع تحت المنافسة.

2 ـ افترضنا كذلك أن جميع المنصرفات على الإعلان قد صممت من أجل اكتساب الاحتكار وبالتالي فهي مضيعة من وجهة نظر المجتمع.

3 ـ يرى الكاتبان متفقين مع بوسنر، أن أرباح الاحتكار (بعد خصم الضرائب) قد تستخدم في قياس تكلفة الموارد التي أهدرت في المنافسة على هذه الأرباح. وقد لاحظنا الطبيعة الضعيفة لهذا النوع من الجدل حول قياس المنصرفات الضائعة وسوف لن نسترسل فيه أكثر من ذلك هنا.

وقد قدم كلوينج ومولر تقديرات للرفاهية المفقودة لكل من

الولايات المتحدة وبريطانيا. وقد جاءت بيانات الولايات المتحدة من 134 من المنشـآت الكبيرة في الفتـرة (1966 - 1963)، بينما استخـدمت البيانـات الخاصة بـ 103 من المنشآت الكبيرة ببريطانيا في الفترة (1969 - 1968). وفي كل حالة، أعدت أربعة تقديرات عن الرفاهية المفقودة بسبب الاحتكار، بما يتمشى والنقاش السابق (ارجـع إلى الجدول 1-10). فتقـديرات هـاربرجـر المتمشية مع كل من هذه المجموعات قد رصدت بالجدول.

جدول (1-10): الفقد في الرفاهية الناتج عن الاحتكار
مقـدراً لبـريـطانيـا في 1968/1969
وللولايات المتحدة في 1963/1966

مقياس كلوينج ومولر[a]	(٪) لبريطانيا 1968/69		(٪) الولايات المتحدة 1963/66	
	CM[b]	H[c]	CM[b]	H[c]
(1) $\Pi/2$	3.86	0.21	3.96	0.40
(2) $(\Pi + A)/2$	4.36	0.24	6.52	0.79
(3) $A + (\Pi\ A)/2$	5.39	1.19	12.27	6.52
(4) $\Pi' + A + (\Pi + A)/2$	7.20	3.05	13.14	7.39

المصدر: كلوينج ومولر Clowing and Mueller (1978)

ملاحظات:

(a) جميع المقاييس مأخوذة كنسبة مئوية من الناتج الإجمالي للمنشـآت. وفي مقياس كلوينج ومولر، (A) تمثل الإعلان، و (Π) الربح قبل خصم الضرائب، و (Π') الربح بعد خصم الضرائب. وقد بنيت التقديرات على طريقة هازبرجر على أساس [مقياس (1)] [$(R/2)(\Pi/R)^2$]، حيث أن (R) هي الإيراد الكلي.

(b) تقديرات كلوينج ومولر.

(c) تقديرات هاربرجر.

وفيما يلي بعض الملاحظات على البيانات الواردة بالجدول أعلاه:

أولاً ـ إذا تناولنا المقياس رقم (1)، نجد أن التقديرات التي استخدم فيها أسلوب كلوينج ومولر كانت أعلى بكثير عن تلك التي استخدمها هاربرجر. ولذا، فالنتيجة تتوقف كثيراً على ما إذا استخدم الفرض العفوي بأن (η) تساوي الواحد الصحيح متبعاً في ذلك هاربرجر أو إذا ما سمح لعلاقة تعظيم الربح بين هامش (السعر ـ التكاليف) ومرونات الطلب. فبينما يبدو أن كلوينج ومولر قد بالغا كثيراً في مقدار التأثير بافتراضهما التسعير الاحتكاري الكامل فإن نتائجهما تدل على أن تقديرات نموذج هاربرجر ربما تكون مضللة وذلك بتجاهلها لهذه العلاقة الممكنة.

ثانياً ـ قدر كلوينج ومولر الرفاهية المفقودة بسبب الاحتكار بـ 1-2% من إجمالي إنتاج المنشآت في بريطانيا وبـ 13.1% من إجمالي إنتاج المنشآت في الولايات المتحدة. ولكن يجب اعتبار هذه النتائج كحدود عليا، وذلك في إطار الفروض التي وضعها الكاتبان.

ثالثاً ـ بمقارنة بريطانيا والولايات المتحدة، نجد تقريباً أن ضعف الفقد في الرفاهية (المقياس الرابع) في الولايات المتحدة. ويعود هذا الفرق إلى مستويات الإعلان المرتفعة في الولايات المتحدة بالنسبة لما هي عليه في بريطانيا.

وأخيراً ـ فقد وجد، بالنسبة للمنشآت المنفردة في بريطانيا على سبيل المثال، أن المقياس رقم (4) قد أشار إلى (British American Tobaco), (BP) كالمنشآت المولدة لأكبر فقد في الرفاهية. فوفقاً لتقديرات كلوينج ومولر، كان إسهام شركة (BP)، وحدها للفقد في الرفاهية يمثل 0.25% من إجمالي الناتج القومي لبريطانيا في (1969 - 1968)، وهو رقم يزيد على الفقد الكلي في الرفاهية كما اكتشفه هاربرجر أصلاً في الولايات المتحدة.

ويمكن انتقاد تقديرات كلوينج ومولر لعدد من الأسباب:

أولاً ـ كما لاحظنا مسبقاً، فهناك صعوبة خاصة في تحديد المنصرفات الضائعة التي استخدمت في الاحتكار. وبالتالي فإن مقاييس كلوينج ومولر

رقم (2) و (4) اعتبارها غير نهائية، ويمكن انتقاد افتراضهم بأن جميع منصرفات الإعلان تعتبر مضيعة لأن في ذلك تجاهلاً للمعلومات الإعلانية المفيدة.

ثانياً ـ يمكن كذلك انتقاد افتراضهم بأن المنشآت تضع السعر ومستوى الإنتاج الذي يعظم الربح (انظر إلى نقاش كامرسكان (1966) في المبحث 10-2 السابق). فقد تضع المنشآت حداً سعرياً بدلاً من ذلك كنتيجة لخوفها من المنافسين الجدد أو القواعد التنظيمية الحكومية، كما قد تسعى إلى أهداف غير ربحية، كما قد تنسق جهودها إلى درجة محدودة. فمن الواضح أن افتراض سلوك احتكار تعظيم الربح يعد متطرفاً مما يجعله يضع حداً أعلى للرفاهية المفقودة بسبب الاحتكار (كلوينج ومولر، 1981) بدلاً عن بقائه ممثلاً لكل الحالات.

وهناك نقاط أخرى مختلفة: يمكن إثارتها[1].

أولاً ـ لم يسمح كلوينج ومولر باستخدامهم معدلاً واحداً للعائد تحت المنافسة، للإختلاف في المخاطرة التي تواجهها كل منشأة. وقد يكون ذلك عاملاً مهماً، مثلاً بالنسبة لمنشآت النفط العديدة التي تم تحليلها والتي حققت وفقاً لنتائج تحليلهما عوائد تزيد كثيراً عن معدلات العائد تحت المنافسة. ولكن، قد تواجه مثل هذه المنشآت درجات فوق المتوسط من المخاطر وفي ذلك تبرير جزئي لارتفاع أرباحها.

ثانياً ـ وكما لوحظ من قبل، فإن كلوينج ومولر يضمنان جميع الأرباح الزائدة عن المستويات التنافسية كأرباح احتكارية، بينما قد يعود جزء من هذه الأرباح على الأقل إلى عوامل عارضة. ومن المتوقع أن يتسبب ذلك في أشكال أقل في حالة بيانات الولايات المتحدة، حيث أخذ بمتوسط الأرباح لعدة سنوات، وقد يكون لها أهمية أكبر بالنسبة لبريطانيا حيث استخدمت أرباح سنة واحدة.

ثالثاً ـ لم يأخذ كلوينج ومولر في الحسبان الريع على الموارد ذات

الجودة العالية، أو وبصفة عامة الكفاءة المتفوقة (Superior efficiency) في السوق. ولكن، لما كان هذا الريع قد يدوم في التوازن التنافسي فمن المحتمل أن يعني هذا مرة أخرى المبالغة في تقدير أرباح الاحتكار.

وتعني هذه التحفظات بوضوح أن من الواجب أن تعامل تقديرات كلوينج ومولر بعناية، ولكن وفي نفس الوقت تشير أعمالهم إلى أن للفروض الخاصة بالإعتماد المتبادل بين السعر والإنتاج، وتلك الخاصة بتكاليف الموارد المستخدمة في محاولات الاحتكار آثاراً هامة على التقديرات. وبالنظر إلى دراستهم على هذا النحو نجد أنها تشير إلى أن التقديرات المنخفضة جداً للفقد في الرفاهية التي حصل عليها هاربرجر وغيره قد تكون مضللة إلى حد ما.

وأخيراً - فبإمكاننا أن نعرض باختصار الدراسة الحديثة التي قام بها كل من ماسون وشنان Masson and Shannan (1984). وقد سعت هذه الدراسة إلى التمييز بين التكلفة الفعلية والتكلفة الكلية للإحتكار المعظم للربح. ويرى ماسون وشنان أن التكاليف الكلية أو المتوقعة للإحتكار سوف يتحملها المجتمع في غياب كل من المنافسة الفعلية والمتوقعة في السوق. ولكن من ناحية عملية تتسم معظم الأسواق بدرجة معينة من المنافسة، وبالتالي يقل الفقد في رفاهية المجتمع. وقد تمكن ماسون وشنان باستخدام نموذج حد السعر سوياً مع العديد من الافتراضات الأخرى من اشتقاق تقديرات لصافي الفقد في الرفاهية تحت كل من ظروف السوق الفعلية وتحت الاحتكار التام. وقد استخدمت هذه في تقدير قيمة المنافسة (الفعلية والمتوقعة) بالنسبة للوضع تحت الاحتكار التام.

وقد استخدما هذا المنهج لتقدير الفقد في الرفاهية لعينة من 31 صناعة من مجموعة الأربع أرقام بالولايات المتحدة في الفترة (1966 - 1950). وقد وجدا أن الفقد الفعلي في الرفاهية (في المتوسط) يمثل 29% من قيمة الشحنات (Shipments)، وهي أعلى بكثير عما وجده هربرجر. وقد وجدا كذلك أن متوسط الفقد في الرفاهية الناجم عن الاحتكار التام في العينة يمثل

11.6% من الشحنات ـ ويمثل الفرق 8.7% المنفعة الناتجة عن المنافسة، وقد عزى 4.9%.منها إلى المنافسة المتوقعة و 3.8% إلى المنافسة الفعلية. ولذلك تشير هذه النتائج إلى أنه بينما يوجد هناك فقد معنوي في الرفاهية كنتيجة للإحتكار (والتركيز هنا على صافي الفقد فقط) إلا أن وجود المنافسة في الأسواق يعد أيضاً قوة رئيسية معادلة لاحتمال الفقد في الرفاهية الناجم عن الاحتكار التام بالسوق.

(10-4) ملخص واستنتاجات: Summary and Conclusions:

ناقش هذا الفصل عدداً من الدراسات عن تكلفة الإحتكار بالنسبة للمجتمع سوياً مع بعض مشاكل ونواقص هذه الدراسات. فبعد مناقشة القضايا الأساسية في المبحث (1-10) تناولنا في المبحث (2-10) التقديرات التي حصل عليها هاربرجر وآخرون والتي تشير إلى وجود تكاليف إجمالية (aggregate Costs) صغيرة جداً للإحتكار بالنسبة للمجتمع. وتدل هذه الدراسات إلى أن سوء تخصيص الموارد الناجم عن الاحتكار قد تسبب في فقد قليل يقدر بـ (0-1%) من الناتج القومي الإجمالي (G N P) للولايات المتحدة ويعني ذلك وكقاعدة عامة أن الظروف التنافسية تنطبق بشكل عام. وقد قوبل هذا الاستنتاج بالتحدي من الدراسات الحديثة (كما نوقشت في المبحث 3-10)، والتي كشفت عن فقد كبير في الرفاهية، وبالرغم من عدم خلو هذه الدراسات من المشاكل إلا أنها تقدم أساساً قوياً (خاصة فيما يتصل بالاعتماد المتبادل بين السعر والإنتاج، وتكاليف اكتساب القوة الاحتكارية والمحافظة عليها) للإعتقاد بأن للإحتكار تكاليف أكثر ضخامة.

وبالرغم من أن هذه الدراسات، وكما لاحظنا في المبحث (1-10) لم تقدم تقديراً محدداً لتكلفة الاحتكار للمجتمع، فإنها تعطي نظرات عميقة ومفيدة في المشكلة. فهي تدل وعلى أقل تقدير على وجود أساس لاهتمام المجتمع بالاحتكار في بعض قطاعات الاقتصاد، وبالتالي للإحتياج للسياسة العامة للتدخل الحكومي. ولكنها وبصفة عامة تقدم صورة أقل وضوحاً عن

الفقد الكلي في الرفاهية. ولذا فهناك احتياج للمزيد من البحث (النظري والتطبيقي) قبل أن نتمكن من استنباط أي استنتاجات محددة في هذا المجال الهام للتحليل.

ملاحظات:

(1) سوف يضع المحتكر (المعظم للربح) التام، السعر والإنتاج بحيث يتساوى الإيراد الحدي والتكلفة الحدية. لكننا في هذا الفصل ندرس الاحتكار بمعنى أشمل في شكل بعض أو أي زيادة للسعر فوق التكلفة الحدية.

(2) يتحقق ذلك لأن منحنى الطلب أحادي المرونة ويمكن تمثيله بالمعادلة ($pq = a$) وبالتالي، ففي الشكل (10-1) المساحة ($OP_m\ a\ q_m$) تساوي المساحة ($O\ Pd2c\ C\ q_c$) وبطرح المساحة ($O\ Pd2c\ C\ q_c$) نحصل على النتيجة المذكورة.

(3) يعد فرض تسعير الاحتكار التام فرضاً متطرفاً. ويناقش ذلك مرة ثانية فيما يتصل بدراسة كلوينج ومولر (1918) بالمبحث (10-3) التالي.

(4) في عبارة مشهورة قال ستيجلر (1956) أن الأفضل للإقتصاديين أن يحاربوا النمل عن أن يحاربوا الاحتكار، بالنسبة لآثارهما الكمية النسبية على الاقتصاد. ولكن من الواجب أن نلاحظ أن نتائج هاربرجر لا تستبعد الفقد الهام بسبب الاحتكار في بعض الصناعات. وبالطبع أيضاً، فإن التقديرات لا تعطى أي إرشاد عن تأثير الغاء قوانين الأمانة في الولايات المتحدة.

(5) لاحظ بوسنر أنه، بما أن هاربرجر قد استخدم معدلات الربح فوق المتوسط في تقدير انحراف سعر الاحتكار، فإنه بذلك لم يأخذ في الاعتبار المنصرفات التي يتحملها المحتكر للحصول على الاحتكار (أو المحافظة عليه) في تحديده لأرباح الاحتكار الحقيقية. لمناقشة هذه النقطة أنظر ما يلي.

(6) لقد قرر بوسنر (على أساس بعض البيانات من عينة) أن تكلفة القواعد التنظيمية للمجتمع قد ترتفع إلى ما يعادل 1.1% من الناتج القومي الإجمالي مقارنة بتقديره المفصل لتكلفة الاحتكار بالنسبة للمجتمع في قطاع الصناعة التحويلية والتي تمثل 0.6% من إجمالي الناتج القومي، فمن وجهة نظره، أن الزيادة الكبيرة في السعر في القطاع المنظم بواسطة الحكومة يعني أن هذا القطاع يولد فقداً أكبر في الرفاهية رغم صغر حجمه.

(7) ارجع وبصفة خاصة إلى ليتلشيلد (1981) بالإضافة لرد كلوينج ومولر (Clowing and Mueller, 1981). وكما لوحظ في المبحث (10-1) فقد تبنى ليتلشيلد نقداً أعم لمنهج التوازن الذي تبناه كلوينج ومولر وغيرهم من الكتاب في هذا الحقل.

الفصل الحادي عشر
السياسة التقييدية لممارسات التجارة
Restrictive Trade Practices Policy

في الفصلين المتبقيين من هذا الكتاب نحول اهتمامنا بعيداً عن القضايا العامة للرفاهية الاجتماعية والسياسة العامة لكي ندرس العملية الفعلية لسياسة المنافسة في بريطانيا. لقد تم تطوير هذه السياسة تدريجياً وعلى مرور عدة سنوات منذ الحرب العالمية الثانية. وهي الآن تشتمل على مختلف المفاهيم المتصلة بهيكل السوق والسلوك الإداري لمنشأة الأعمال. وتتعامل بصفة خاصة مع سياسة الاحتكار والإندماج من جهة وبتقييد الممارسات التجارية من جهة أخرى. وفيما يلي، نتعامل مع سياسات الاحتكار والإندماج المبنية على هيكل السوق في الفصل الثاني عشر، أما هنا فنركز على السياسات المتصلة بالسلوك الإداري للأعمال.

ويمكن تقسيم سياسات تقييد ممارسات التجارة إلى سياسات تتصل بالإتفاق بين المنشآت وأخرى تتصل بممارسات المنشأة الواحدة.

وقد تركزت السياسة في بريطانيا عبر التاريخ على الاتفاقات المقيدة للأسعار، ومعدلات التبادل والشروط، والأنصبة السوقية وما إلى ذلك، وسوف نناقش هذه السياسات في المبحث (1-11). ولكن في السنوات الأخيرة أصبح هناك اهتمام متزايد بالممارسات المضادة للمنافسة التي تنتهجها

المنشآت منفردة، وقد ضمنت في الواقع مجموعة متنوعة من هذه الممارسات في منظور سياسة الحكومة عندما أجيز قانون المنافسة لسنة 1980 وسوف نناقش بعض مفاهيم مثل هذه الممارسات في المبحث (11-2)[1].

(11-1) اتفاقيات تقييد التجارة:

Restrictive Trading Agreements

كما لاحظنا في الفصل الثالث، فإن التواطؤ بين المنشآت يمثل تهديداً دائماً أو تهديداً محتملاً في أسواق احتكار القلة. وفي هذا المبحث نقف على الخطوات التي تم اتخاذها في بريطانيا لتقليل مثل هذا التواطؤ عن طريق التحكم في الاتفاقيات المقيدة. وسنبدأ باستعراض التاريخ والشروط الأساسية للتشريع البريطاني في القسم (11-1-1)، ثم نتناول الأدلة المتوفرة على الآثار الاقتصادية للتشريع في القسم (11-1-2)، وننتهي بنقاش مختصر للتعديلات الممكنة في القانون وذلك في القسم (11-1-3).

(11-1-1) التشريع البريطاني[2]: UK Legislation:

يعود تاريخ السياسة البريطانية الخاصة بالإتفاقات المقيدة أساساً إلى قانون الاحتكارات والممارسات المقيدة لسنة (1948) وقد أسس هذا القانون لجنة الاحتكارات والممارسات المقيدة لتقوم بالتحقيق في حالات منفردة لأسواق يكون فيها على الأقل ثلث السلع (المعروضة أو المصنعة أو المصدرة) تحت تحكم الاحتكار أو مقيدة باتفاق، وقد كان للجنة صلاحيات التحقيق في مثل هذه المواقف وتقويمها بما يمليه الصالح العام، مع اقتراح الإجراء العلاجي إذا ما كان هناك احتياج لذلك. ولقد أصدرت اللجنة 17 تقريراً في الفترة (1948 - 1956)، منها 15 تقريراً كانت تخص نشاطات اتحادات التجارة. وكانت الإتفاقيات الجماعية في جميع الحالات تقريباً تعمل غير الصالح العام. وقد أصدرت اللجنة في عام (1955) أيضاً تقريراً أعم عن التمييز الجماعي[3] الذي كان له أثر بالغ في إصدار قانون

الممارسات المقيدة للتجارة لسنة (1956) والذي وضع إطار السياسة الحالية لبريطانيا. ولقانون 1956 عدة سمات جديرة بالإهتمام:

أولاً - استبدل القانون نظام تحقيقات لجنة الإحتكارات والممارسات المقيدة في الإتفاقات المقيدة بنظام قضائي. فأسست محكمة للممارسات المقيدة لحماية الصالح العام، وهي تتكون من قضاة المحاكم العليا والمحلفين. ولهذا التقييد ميزة جعل الأسلوب أقل عفوية وأكثر رسمية وذلك بإدخال الإجراءات القضائية العادية.

ثانياً - يتطلب التشريع تسجيل الإتفاقات ذات الصلة عند مسجل الإتفاقات المقيدة للتجارة الذي يقوم بدوره برفع هذه الحالات وتقديمها للمحكمة. ويتيح القانون للرأي العام مراجعة وفحص السجل، ويقدم هذا السجل معلومات قيمة عن طبيعة ومدى الإتفاقات التي يمكن تسجيلها.

وأخيراً، وأكثرها أهمية، فإن الإتفاقات المسجلة يفترض أنها ضد الصالح العام ما لم يثبت غير ذلك. وعلاوة على ذلك فقد سمح لأطراف أي اتفاقية بالدفاع عنها في المحكمة فقط من خلال سبع منافذ محددة عرفت بالبوابات (gateways). وتنصب على أشياء مثل حماية العامة من الضرر أو حماية العاملين في منطقة معينة، أو استخدام الاتفاقية كأداة توازن للقوة الاحتكارية في أسواق بيع المنتج أو شراء عناصر الإنتاج. وتعد البوابة (b) أكثر شمولاً عن غيرها وتعني بتقديم منافع محددة وأساسية للعامة. فتطالب المنشآت بأن تبرهن على أن الإتفاق لا ينتج فقط واحداً أو أكثر من المنافع السبع بل وأن يكون أيضاً محل قبول العامة، وتسمى هذه المنافعة بـ «الفقرة الأخيرة tailpiece». وبالتالي يقدم القانون عدداً من الحواجز التي يجب على الاتفاق تخطيها حتى لا يعتبر اتفاقاً غير قانوني.

وقد أدى تبني النظام القضائي لتنظيم وتقنين اتفاقات تقييد التجارة في بريطانيا إلى حوار كثير منذ ذلك الوقت وحتى الآن. وعلى غير ما هو عليه

الحال في الولايات المتحدة، حيث يتطلب من المحاكم الاعتيادية فقط تحديد ما إذا ما كانت هناك اتفاقية وما إذا كانت هذه الإتفاقية غير قانونية، نجد أن المتوقع من محكمة الممارسات المقيدة أن تفحص المسائل الاقتصادية التي يمكن أن تكون معقدة عند تقويمها للإتفاقات. وقد أدى هذا بالعديد من المعلقين إلى التساؤل عما إذا كانت المحكمة أنسب ما تكون لهذا الغرض أو ما يدعي بالسؤال عن المقدرة القضائية[4]. وقد كان في الواقع سبب تأسيس هذه المحكمة هو الرد على هذه الإنتقادات، إذ أن المحكمة في المعتاد تتكون من قاضي واثنين من الناس العاديين وإن الأحكام المتصلة بالإقتصاد تتم وفقاً للأغلبية. كذلك أيضاً، بتحديد البوابات، فإن مجال الجدل الاقتصادي قد تضاءل على الرغم من أنه، وكما أوضحنا مسبقاً، أن البوابة (b) بعيدة عن كونها محددة. وقد برزت المخاوف حول قدرة المحكمة على التعامل مع المسائل الاقتصادية وإلى حد ما في عدد من القرارات المشكوك فيها. فقد كان التأثير الأساسي للتشريع هو تحقيق انهاء اختياري أو تغيير في الاتفاقات في معظم الحالات. ولذا فإن مسألة المقدرة القضائية لم تكن مسألة رئيسية من الناحية العملية.

وقبل أن ننظر في أثر قانون سنة (1956)، دعنا نفحص باختصار بعض التشريعات اللاحقة في هذا المجال. يتصل قانون (1956) بالإتفاقات المقيدة بين المنشآت حيث تغطي هذه الإتفاقات أشياء مثل القيود على السعر، أحوال وشروط الكميات المعروضة، العمليات المستخدمة والأشخاص أو المناطق التي يتم إمدادها بالسلعة. وقد اتضح في وقت وجيز أن قائمة الإتفاقات التي يمكن تسجيلها تعتبر محدودة جداً، وذلك، وعلى وجه الخصوص، لأن الإتفاقية بين المنشآت على تبادل المعلومات عن مثل هذه الأشياء كانت غير مطالبة بالتسجيل (طالما أن الإتفاق لا يشتمل على سلوك مبني على هذه المعلومات) ومن الواضح أن اتفاقات المعلومات هذه تخلق احتمالاً للتواطؤ الضمني كما تخدم كأساس لمزيد من الاتفاقات الصريحة المقيدة. وبناء على ذلك فقد قدم مرسوم آخر خاص بالممارسات المقيدة

للتجارة في سنة (1968) لكي يعني بتسجيل مثل هذه الإتفاقات[5]. وقد أضعف هذا المرسوم القانون بعض الشيء وذلك لأنه:

(1) يسمح ببعض الاستثناءات من التسجيل بناء على توصية من وزارة التجارة والصناعة بأن الإتفاقية تعتبر مهمة للصالح العام.

(2) قدم المرسوم «بوابة ثامنة» وبإشارة صريحة لاتفاقات المعلومات، تنص على أن الإتفاقية لا تقيد ولا يحتمل أن تقيد المنافسة لأي «درجة ملموسة».

وفي السبعينيات كانت هناك ثلاثة أجزاء من التشريعات المتصلة. مرسوم التجارة النزيهة لسنة (1973) الذي يقر بالسياسة البريطانية للتنافس بصفة عامة، وقد أنشىء بموجبه مكتب التجارة النزيهة المنوط بمراقبة السياسة البريطانية. ويعني هذا بالنسبة للإتفاقيات المقيدة للتجارة أن المدير العام لمكتب التجارة النزيهة قد أخذ على عاتقه وظائف المسجل، بالإضافة إلى سلطاته الجديدة والمتصلة بالإحتكارات والإندماجات. وكذلك فقد اشتمل مرسوم سنة (1973) على تسجيل الإتفاقات الخاصة بالخدمات، وفي الحقيقة فقد طولبت هذه الإتفاقات بالتسجيل في سنة (1976) بمرسوم الممارسات المقيدة للتجارة. وأيضاً في سنة (1976) تم تجميع وتنسيق التشريعات السابقة الخاصة بالإتفاقيات المقيدة وذلك بواسطة مرسوم الممارسات المقيدة للتجارة. وأخيراً في سنة (1977) استثنى مرسوم الممارسات المقيدة للتجارة بعض اتفاقات القروض التمويلية من التسجيل. وفي الوقت الحاضر، تخضع اتفاقات السلع والخدمات (مع بعض الإستثناءات) للتسجيل. وكذلك اتفاقات المعلومات الخاصة بالسلع والمتصلة بالأسعار وشروط الإمداد. وقد استثنى من التسجيل اتفاقات أخرى للمعلومات الخاصة وكذلك اتفاقات المعلومات الخاصة بالخدمات.

وهناك العديد من سمات التشريع الحالي التي قد يكون عرضها في الخاتمة مفيداً.

أولاً ـ ليس بالضرورة أن تؤخذ جميع الإتفاقات المسجلة إلى

المحكمة، بل ويمكن لوزير التجارة خاصة، (بناء على توصية من المدير العام لمكتب التجارة الحديثة DGFT) أن يمنع أخذ أحد الإتفاقات إلى المحكمة على أساس أن القيود الناجمة عنها ليست بالمستوى الذي يتطلب إجراءات المحكمة. ويعرف ذلك بإجراء المادة (2) 21 تحت مرسوم الممارسات المقيدة للتجارة لسنة (1976) ويعطي ذلك بعض المرونة للتشريع فيما يتعلق بالإتفاقات التي لا يترتب عليها آثار ضارة.

ثانياً - إذا ما أُحيلت اتفاقية معينة إلى المحكمة وتبين أن القيود تضر بالصالح العام فيمكن للمحكمة أن تصدر أمراً يمنع أطراف الإتفاق من وضعها وغيرها ذات الأثر المماثل موضع التنفيذ. ويؤدي الفشل في الانصياع لهذه الأوامر إلى إقامة الدعوى القضائية ضد أطراف الإتفاق لعصيانهم أوامر المحكمة، بما يترتب عليها من غرامات مالية أو سجن لمديري هذه المنشآت.

وأخيراً - فبالرغم من أن الفشل في تسجيل الإتفاقية التي يجب تسجيلها يجعل قيودها باطلة (قانونياً) فليس هناك من جزاءات لهذا الفشل (وإن أمكن للأطراف المتضررة أن تسعى إلى معالجات مدنية). ويمثل هذا ضعفاً خاصاً في التشريع البريطاني والذي يناقش أكثر في القسم (3-1-11).

(11-1-2) الأثر الإقتصادي: Economic impact:

لكي يتثنى تقويم الأثر الاقتصادي للتشريع البريطاني من المفيد أن توضع في منظور للفحص لقد كانت اتحادات المنتجين واسعة الانتشار في الصناعة البريطانية في الفترة السابقة لعام (1956). وقد ظهر العديد من الاتفاقيات كنتيجة لسنوات الكساد في الثلاثينيات كما خضعت الكثير من قطاعات الصناعة التحويلية في بريطانيا للإتفاقيات المقيدة، وبصورة واضحة على الأسعار، وأيضاً على شروط التبادل، ومناطق السوق والعملاء والموردين وما إلى ذلك، وقد مثلت هذه الإتفاقات ما بين (60%/50%) من إنتاج الصناعات التحويلية في 1956[7]. ولذلك فقد كان تنظيم الصناعة عن طريق

الإتفاقات المقيدة هو العامل المساعد في هـذا القطاع الصنـاعي في ذلك الوقت.

وتنعكس هذه الصورة في أرقام تسجيل الإتفاقيات تحت مرسوم 1956. فمثلاً تم تسجيل (2240) اتفاقية حتى عام (1959) وقد غـطت معظم فـروع الصناعة التحويلية (وقد زادت هذه الأرقام إلى (4978)، (منها (846) تتصل بالخدمات) حتى عام (1983) وكان معظم هذه الإتفاقـات متصلاً بـالأسعار. فمثلاً، ضمن (970) اتفاقية هامة في رأي المسجل (81%) تنطوي على قيود على الأسعار، والكثير منها أيضاً يحدد أسلوب وشروط البيع حتى يقوى من التأثير التقييدي للإتفاقية[8].

ولذلك، فمن الواضح أن الإتفاقيات على الأسعار وما إلى ذلك كانت واسعة الإنتشار في (1956). عقب عشر سنوات من ذلك الوقت أصبح معظم هذه الاتفاقات محورة (للخـروج بها عن متـطالبات التسجيـل) أو منتهية. لـذا ففي (1966) كان 81 من الـ 2550 اتفاقية المسجلة أما قد غيرت أو الغيت وكان السبب الرئيسي وراء ذلك هو دون شك خط التشدد الذي أخذت به المحكمة، خاصة في المحاكمات الأولية. فقد رفضت سبع من الإتفاقيات الثمانية التي قدمت للمحكمة في البداية، كان أكثرها أهمية الحالة الثـانية (الخاصة بغزل الخيوط)[9] والتي رأت فيها المحكمة أن المنافع من حمـاية العاملين في إقليم معين غير كافية لتبـرير الإتفـاقية. وقـد أدى فشل هـذه الإتفاقية بكثير من المنشآت لأن تتخلى أو تغيـر اتفاقاتها اختيارياً بـدلاً من تحمل مصاريف المحكمة مع ضآلة الأمل في دفاع ناجح. ومع سنة (1978) تم الغاء 39 اتفاقية سلع فقط بواسطة أمر المحكمة، بينما تم تغيير أو الغاء باقي الإتفاقات اختيارياً دون دفاع، فمن 487 اتفاقية سلع أحيلت للمحكمة في (1978) فقط 12 تم دعمهـا و 436 لم يتم الدفـاع عنها (ورقـة جرين 1979، ص 20).

ولذا فمن ناحية الغاء الإتفاقيات الظاهرة يعتبر مرسوم (1956) (ما تلاه) ناجحاً جـداً. ففي فترة مـا قبل (1968) تم استبـدال الكثير من الإتفـاقات

الواجب تسجيلها باتفاقات معلومات، وإن كانت هذه الثغرة قد تمت إزالتها بمرسوم الممارسات المقيدة للتجارة لسنة (1968). إن إزالة اتفاقيات مسجلة هو شيء، وزيادة المنافسة شيء آخر. وقد تناولت العديد من الدراسات التساؤل حول ما إذا كانت تأثيرات المرسوم معنوية في هذا الصدد، ونناقش ثلاثاً من هذه الدراسات فيما يلي، ولسوء الحظ ستظل معلوماتنا عن تأثير التشريع أمراً غير مؤكد فجميع هذه الدراسات تنطوي على مشاكل بالنسبة لأساليبها العلمية المتبعة.

أولاً ـ في دراسة مبكرة، قام هيث Heath (1961) بمسح إستبياني للآثار قصيرة المدى لإتفاقيات السعر في عينة من 159 اتفاقية، فوجد في ثلاث اتفاقيات فقط أن المنافسة قد زادت عقب إلغاء الإتفاق. وبالمثل، ففي حوالي ثلث الإتفاقات كان هناك انخفاض في الأسعار. وبالرغم مما يبدو للمرسوم من آثار نافعة في المدى القصير في هذه الحالات، فلم تتوفر هذه الأدلة في حالات أخرى. وقد يرجع ذلك إلى الإستجابات المتحيزة أو إلى قصر الفترة المدروسة (إلى منتصف 1959). وقد كشف هيث أيضاً عن أدلة على التحول إلى الممارسات التي لا تستوجب التسجيل. فمثلاً، في 41% من الإستجابات التي حللت اعترفت المنشآت بوجود قيادة سعرية، بينما في أكثر من نصف الإستجابات التي حللت تم إحلال اتفاقات المعلومات محل اتفاقات السعر. وتدل هذه النتائج على أن نسبة كبيرة من الصناعات قد حاولت الاستمرار في السياسات المقيدة من خلال أساليب أخرى بعد عام 1959، بالرغم من عدم تمكن هيث من التكهن بنجاح هذه المحاولات في المدى المتوسط والطويل.

وقد تناول سوان Swan et ali (1974) هذه القضايا بطريقة أكثر شمولاً. فقد نظر في عينة من 40 صناعة منها 18 تم فحصها (وتشمل أربع حالات منها إتفاقية واحدة مدعومة، وست حالات تم فيها الإلغاء، وثماني اتفاقات تم التخلي عنها)، وقد استمرت دراسته حتى (1971). وقد تناولت الآثار في المدى القصير والطويل من ناحية المنافسة. ووجد أن من بين 34

اتفاقية ملغاة ما بين 50% و 60% من الصناعات قد تميزت بزيادة في المنافسة بعد انهاء الإتفاقيات وقد بدأ التنافس على الأسعار والخصومات، ولكن كانت هناك أدلة على زيادة المنافسة على المنتج والخدمات. وفي ست حالات (18%) انخفض السعر بحوالي 20%، ولكنها كانت أكثر اعتدالاً في حالات أخرى. وقد رصد سوان أيضاً أدلة على انخفاض في هوامش الربح، وتحسن في الكفاءة وتخلص من الطاقة العاطلة، وخروج المنتجين غير الأكفاء. كما وجد أن مكاسب المدى القصير هذه تمتد أيضاً إلى المدى الأبعد في عدد من الصناعات، مع أدلة في بعض الحالات على زيادة الاهتمام بالتكاليف، وترشيد الإنتاج والتجديد.

ومن جهة أخرى كانت هناك أدلة على وجود القوى المقيدة أيضاً. ففي 50% من الـ 34 التي تم فيها إنهاء الإتفاقات، تمت اتفاقات معلومات وهي عادة ما تنطوي عى الأشعار بالتغيرات السعرية قبل تنفيذها، وقد وجد سوان أن هذه الإتفاقات واسعة النجاح في تحطيم المنافسة، وإن لوحظ فشلها في حالة أو حالتين في وجود التغير السريع في ظروف السوق (في حالة المحولات والمحركات الكهربائية الثقيلة). وقد كان سوان متفائلاً بأن اتفاقات المعلومات عن الأسعار وأسس وشروط البيع، سوف تؤدي إلى زيادة المنافسة في المدى الطويل. ومن الأساليب الأخرى لتفادي المنافسة، القيادة السعرية والتواطؤ والإندماج الذي يمكن أن يكون غير قانوني. وقد رصد سوان وبصفة خاصة قدراً كبيراً من نشاط الإندماج في العينة في الستينيات لكنه لم يتمكن من تحديد أي منها ناتج عن مرسوم (1956) .

فالمشكلة الأساسية في دراسة سوان نشأت نتيجة لصعوبة معرفة ما إذا كان السلوك والأداء في الفترة عقب (1956) قد جاء كنتيجة للمرسوم (بدلاً عن أي شيء آخر). وتنشأ مشكلة أخرى جانبية بسبب تبنيهم لمنهج حالة دراسة Case Study غير قابلة للقياس (non - quantitative) في الأساس والتي تعتمد بالضرورة على أدلة انطباعية. وقد تمت محاولة حديثة للتغلب على هذا

الضعف بواسطة (أوبرين وآخرين O'Brien 1979)، وقد تناولوا عينة من 27 صناعة خلال الفترة (1972 - 1950) وقد قسمت العينة إلى أربع مجموعات: اتفاقيات مدعمة (ست حالات)، اتفاقيات ملغاة (ثماني حالات)، واتفاقيات تم التخلي عنها (سبع حالات) وصناعات للمقارنة (ست حالات). وتتكون المجموعة الأخيرة من الصناعات التي لم يسبق تأثرها بطريقة مباشرة بسياسة المنافسة، وقد استخدمت كمجموعة للمقارنة في هذه الدراسة. وقد قسم الكاتب البيانات إلى فترات زمنية: مرحلة ما قبل المرسوم (1951-1958)، والفترة الرئيسية التي يتوقع أن يظهر فيها تأثير مرسوم (1956, 1959, 1967)، والمرحلة الأخيرة (1967-1972) التي تم خلالها قدراً كبيراً من تجمع الصناعات مرة أخرى كنتيجة لنشاط الإندماج الذي بلغ ذروته في الستينيات. وقد ساعد هذا التقسيم الزمني على التخلص من الإتجاهات الزمنية للأداء الاقتصادي الذي حدث مستقلاً عن مرسوم سنة (1956).

ويجب ملاحظة وجود مشاكل مختلفة بدراستهم، كاستخدامهم بيانات محاسبية (يمكن أن تكون مضللة)، ومشكلة اختيار العينة وعلى وجه خاص، المشاكل المتعلقة بمقارنة منشآت تنتمي لعدد من الصناعات المتنوعة. وقد تكون هذه المشاكل مسئولة عن ضعف النتائج الإحصائية المشاهدة. وقد رصدت النتائج التالية:

(1) بالرغم من أن جميع المجموعات الصناعية قد شهدت انخفاضاً في العائد على رأس المال في الفترة (1959-1967) بالمقارنة بالفترة (1951-1958) كان هذا الانخفاض أقل ما يكون في مجموعة المقارنة (Control group)، بينما كان الانخفاض أكبر ما يكون في المجموعة الأولى (الإتفاقيات المدعمة) وبذلك يصعب تفسير هذه النتائج.

(2) لقد تميزت المجموعة الأولى أيضاً بنمو أصولها عبر السنوات (1959-1967) إذا ما أخذ في الاعتبار التجربة البريطانية بصفة عامة. وقد

كانت هناك بعض الأدلة على أن المجموعة الصناعية الثانية (الإتفاقات التي الغيت) قد نمت بمعدل أسرع في الفترة (1959-1967) على عكس أدائها الضعيف في الفترة (1951-1958).

(3) وأخيراً، فقد درس أوبرين وآخرون، فرضية أن مرسوم (1956) قد كانت له آثار مشجعة على زيادة نشاط الإندماج كبديل للإتفاقيات المقيدة. وقد وجدوا أنه على الرغم من زيادة نشاط الإندماج في الستينيات فقد كانت هذه الزيادة عامة، ولا يمكن بأي طريقة ربطها بمرسوم (1956).

وفي تقويم الأدلة على الآثار الاقتصادية لمرسوم (1956)استنتجت دراسة جرين (1979)، عن سياسات الممارسات المقيدة للتجارة، أن هناك أدلة على تحسن الكفاءة الاقتصادية، ولكن لم تعط محاولات قياس هذه مكاسب أدلة يعتد بها. بالإضافة إلى ذلك، فليس من المؤكد إلى أي مدى تم التحايل على الهدف من القانون عن طريق التواطؤ والقيادة السعرية أو الإندماج وكذلك مدى انتشار حالات عدم التسجيل غير القانوني للإتفاقات.

(11-1-3) قضايا السياسة: Policy Issues:

وفيما يبدو من الوهلة الأولى أن القانون البريطاني قد نجح في الحد من سيطرة اتحادات المنتجين على الصناعات، ولكن الآثار الاقتصادية كانت أكثر لا يقينية. فقد دعت حقيقة أن (12) اتفاقية فقط تم الموافقة عليها بواسطة المحكمة حتى عام (1978)، بعض المعلقين لأن يعتقدوا بأن يكون تحريم تثبيت الأسعار وغيرها من الإتفاقات بالذات أمراً مرغوباً[10]. وقد طبق مثل هذا المنهج فعلاً (مع الاستثناءات) على التجارة بين بلدان السوق الأوروبية، وكذلك في بلدان أخرى (كما في الولايات المتحدة) وبالتأكيد يبدو أن هناك مبرراً قوياً لمثل هذه السياسة داخل بريطانيا. وقد جاء تقرير الحكومة الخاص باستعراض الممارسات المقيدة للتجارة مؤيداً لمرونة النظام

الحالي بدلاً عن التحرك باتجاه المنهج ذي الأسلوب المحدد[11].

والقضايا الحقيقية المتعلقة بالإتفاقات المقيدة تتصل بتجنب القانون. وبالرغم من أن الغرض من التشريع هو منع التنسيق المقيد بين المنشآت، فهناك شكوك جادة حول فاعلية القانون. ومن الواضح أن خط التشدد الذي أخذت به المحكمة قد عمل كمثبط أساسي لهمم المنشآت في الدفاع عن اتفاقاتها في المحكمة، وبالتالي أصبح لدى المنشآت الحافز على تنسيق نشاطاتها بطرق لا تلزمها بالتسجيل، إما عن طريق اتفاقات غير ملزمة بالتسجيل، أو إما بواسطة التنسيق التكتيكي، والقيادة السعرية وما إلى ذلك. ويتم التعامل مع مثل هذه الترتيبات في بريطانيا فقط عندما تشمل موقفاً احتكارياً قانونياً (كما في الفصل الثاني عشر) وبالتالي قد يكون عرضة لتحقيقات لجنة الاحتكارات والإندماجات. وبينما يمكن لهذا المنهج في الأساس أن يقدم طريقة للتعامل مع أسوأ المفاسد التي قد يعثر عليها، فإنه (كما سنرى في الفصل الثاني عشر) يعد نسبياً غير فعال من الناحية العملية. لذا، فهناك منطقة هامة غامضة في القانون البريطاني تتعلق بأشكال التنسيق غير الملزمة بالتسجيل والتي تكون ذات أهمية رئيسية.

ونقطة الضعف الثانية في التشريع البريطاني تتصل بالعقوبات الخاصة بعدم التسجيل غير القانوني. فبينما يؤدي عدم التسجيل إلى إبطال الاتفاق قانوناً إلا أن القانون لا يحرم هذا الفعل أو يفرض عقوبات على هؤلاء المتورطين (إلا أن الـ DGFT قد يطبق أمر منع إذا ما اكتشف عدم تسجيل اتفاق بصورة قانونية) وقد يرفع الأطراف المتضررون الدعوى القضائية على المشاركين في الاتفاق غير المسجل ومطالبتهم بالخسائر، وإن لم يستخدم هذا إلا نادراً. وعليه يبدو أن هناك دافعاً قوياً لعدم تسجيل الإتفاقيات (أو الغاء تسجيلها). وقد لوحظ بالفعل تزايد في الأدلة على عدم التسجيل في السنوات الأخيرة[12]. ونقاط الضعف هذه تقدم سبباً قوياً للإعتقاد بأن التحكم في الترتيبات المقيدة في بريطانيا ليست بالقوة التي قد تبدو بها للوهلة الأولى، وأحد طرق الإصلاح الممكنة هو زيادة العقوبات على عدم

تسجيل الإتفاقات، إما عن طريق تطبيق الغرامات بواسطة المحكمة (كما أوصى التقرير الأخضر لسنة 1979)، أو بإعطاء الأطراف المتضررة حوافز أكبر لرفع الدعوى القضائية للمطالبة بالأضرار. وقد ثبتت فاعلية السياسة الأخيرة في الولايات المتحدة، مثلاً، عندما تقاضى الأطراف المتضررة المنشآت المتورطة في الإتفاقات غير القانونية من أجل ثلاثة أضعاف ما لحق بهم من أضرار[13]. ومن الواضح أن هذا المنهج يعطي دافعاً قوياً للمنشآت بأن تأخذ إجراءاً قضائياً إذا ما تضررت من اتفاقية غير قانونية.

والإصلاح الأكثر فاعلية، يتم بزيادة صلاحيات المحكمة لكي تتمكن من تحري الصور غير الصريحة من الإتفاقات والترتيبات بين المنشآت. وسوف يتطلب هذا الإصلاح تعديلاً كبيراً في نظام التسجيل الحالي حتى يسمح للمدير العام للتجارة النزيهة بأن يتحرى التنسيق الأقل صراحة بين المنشآت. وعلاوة على ذلك، ولأن من المحتمل أن يؤدي هذا إلى زيادة الحالات المحولة للمحكمة، فإنها سوف تثير مسألة القدرة القضائية مرة ثانية، أي عما إذا كانت المحكمة قادرة على تقويم الحجج الاقتصادية بصورة مرضية ولكن في الوقت الحاضر (على الأقل كما أقرها التقرير الأخضر لسنة 1979) لا يبدو أن هناك تأييداً قوي لمثل هذا التعزيز الأساسي لسطوة القانون.

(11-2) ممارسات المنشأة الواحدة: Single Firm Practices:

ومجال آخر من مجالات الممارسة المقيدة أو المضادة للمنافسة هو ممارسة المنشأة الواحدة. وفي هذه الحالة تقوم المنشأة، وليس بالضرورة عن طريق الاتفاق مع المنشآت الأخرى، على انتهاج السياسة التي قد يكون لها تأثير مقيد أو معوق للمنافسة. فقد تستخدم المنشأة السعر كسلاح للتخلص من بعض المنافسين بالسوق (التسعير النهبي) مثلاً، أو أن تصر على أن يشتري العميل السلعة (B) إذا أراد شراء السلعة (A) منها (البيع المرتبط tie-in sale)، أو أن تضع حداً أدنى ثابتاً للسعر الذي يمكن أن يبيع به تاجر

التجزئة (المحافظة على سعر إعادة البيع). وعادة ما تشاهد هذه الممارسات وغيرها في الحياة العملية، وهي غالباً ما تكون مصحوبة بدرجة معينة من القوة السوقية.

وسوف نناقش الجدال الاقتصادي الدائر حول بعض هذه الممارسات في القسم (11-2-2) ولكن سنسبق هذا النقاش باستعراض الخلفية التشريعية لهذا الموضوع في بريطانيا.

(11-2-1) الخلفية التشريعية: Legislative Background:

ويمكن تقسيم السياسة البريطانية الخاصة بالممارسات المقيدة للمنشأة الواحدة إلى قسمين: التشريع المحدد الذي يتعامل مع صيانة سعر إعادة البيع (Resale Price maintenance)، والتشريع الأعم لقانون المنافسة لسنة (1980).

لقد كانت السياسة البريطانية الخاصة بسعر إعادة البيع متضاربة في الفترة قبل عام (1964). وجاء مرسوم الممارسات المقيدة للتجارة لعام 1956 ليمنع الممارسة الجماعية لصيانة سعر إعادة البيع، لكنه ومن جهة أخرى قد عزز التطبيق الإنفرادي لهذه الممارسة. ولكن في عام (1964)، تغيرت السياسة الخاصة بممارسة صيانة سعر إعادة البيع بواسطة المنشآت المنفردة وذلك عن طريق مرسوم إعادة البيع، الذي حرم هذه الممارسة إلا في حالة الإستثناء الممنوح بأمر من محكمة الممارسات المقيدة. وقد أضيف هذا التشريع دون تغيير جوهري في مرسوم أسعار إعادة البيع لسنة (1976) وتحت هذا المرسوم ما يلي:

1 تحرم الممارسة الجماعية لصيانة سعر إعادة البيع بالذات.

2 ـ تحرم الممارسة الفردية لصيانة سعر إعادة البيع، إلا في حالة الاستثناء الصادر عن محكمة الممارسات المقيدة.

3 ـ يحرم الامتناع عن البيع (العرض) أو البيع بشروط مجحفة إذا ما استخدمت كوسيلة لصيانة سعر إعادة البيع.

وقد منحت المحكمة صلاحية اعتبار خمس بوابات لصيانة سعر إعادة البيع وذلك تحت القسم (14) من مرسوم عام (1976). وكما هو الحال بالنسبة لتشريع الإتفاقيات المقيدة، يوجد هنا أيضاً ملحق (tailpiece) يسمح فيه بممارسة صيانة سعر إعادة البيع إذا ما اعتبرت وبشكل عام نافعة.

والمداخل الخاصة بصيانة سعر إعادة البيع تتصل بالحالات التي يؤدي فيها منع صيانة سعر إعادة البيع إلى تدهور في جودة أو نوعية السلع، أو عدد بائعي التجزئة، أو الخدمات المقدمة مع السلع، أو يؤدي إلى زيادة أسعار التجزئة، أو إلى أي ضرر بالصحة.

ومن الواضح أن التشريع الحالي الخاص بصيانة سعر إعادة البيع يذهب إلى ما وراء ما ذهبت إليه التشريعات الأخرى الخاصة بالممارسات المقيدة وذلك لأن كلًا من الممارسة الجماعية والفردية تعتبر غير قانونية، وإن سمح بالإستثناء في الحالة الأخيرة. وقد تمت عملياً أربعة تطبيقات لهذا الاستثناء، حالتان منها لم يصادفها النجاح (الأحذية في عام 1968، والحلوى في 1967)، والحالات الناجحة كانت في الكتب في (1968) والأدوية (1970) وهي تمثل ما يقل عن 2% من إنفاق المستهلك. ويقارن هذا بتقدير يتراوح بين 20% و 25% من إنفاق المستهلك الذي كان خاضعاً لممارسة صيانة سعر إعادة البيع قد تم القضاء عليه إلى درجة بعيدة في بريطانيا. وقد أشار التقرير الأخضر عن الممارسات المقيدة للتجارة إلى وجود العديد من الثغرات بالقانون، مثل رفض إمداد البائعين في محلات التخفيضات (discount sellers)، لكنه يقترح أن يتم التعامل مع هذه الحالات بتحقيقات انتقائية[14].

وادخلت في مرسوم المنافسة لسنة (1980) سياسة أعم لممارسات المنشأة الواحدة. وقد جاء هذا المرسوم بناء على توصيات التقرير الحكومي الأخضر عن سياسة الاحتكارات والإندماجات لسنة (1978) وسياسة الممارسات المقيدة للتجارة لسنة (1979). ويرى التقرير الأول أنه بينما تنشأ ممارسات المنشأة الواحدة عادة في إطار السيطرة على السوق، فإن تشريعات الاحتكارات الموجودة كانت دائماً الوسيلة غير الملائمة للتحكم المؤثر. كما

يناقش في الفصل الثاني عشر، فإن هذا التشريع يسمح باستقصاء لكل الصناعات التي يتضح وجود احتكار قانوني فيها (التي يصل النصيب السوقي للمنشأة فيها إلى 25%)، ولا يسمح بتحقيق سريع ومحدد في ممارسات منشأة بعينها. وبالرغم من أن تقرير سنة (1978) قد وجد أن بعض الممارسات كانت عموماً غير مرغوبة وبالإمكان التعامل معها بقسوة (مثلاً عن طريق تحريم مماثل لذلك الخاص بصيانة أسعار إعادة البيع)، فقد دعا التقرير إلى مزيد من الدراسة للموضوع. وقد تمت هذه الدراسة في تقرير سنة (1978) الذي يرى مع ذلك أن السياسة العامة لتحريم بعض الممارسات غير مطلوبة، وذلك لصعوبة تعريف الممارسات بدرجة كافية من الدقة عادة وعدم كفاية الأدلة الموجودة عن مدى تأثيراتها الضارة بشكل عام. وبدلاً عن ذلك يؤيد التقرير الأخضر لسنة (1978) استقصاء ممارسات المنشأة الواحدة، حالة بحالة بواسطة مكتب التجارة النزيهة ولجنة الاحتكارات والإندماجات، ولكن دون تداخل مع متطلبات الاحتكار القانوني الخاصة بتحقيقات الاحتكار العادي[15].

وقد شكلت توصيات التقرير الأخضر لسنة (1979) الأساس لمرسوم المنافسة لسنة (1986). وقد خلق ذلك مدى عريض للقوى الخاصة باستقصاء الممارسات المضادة للمنافسة، والتي تعرف بأنها مجموعة التصرفات التي يقدم عليها شخص ولها (أو من المتوقع أن يكون له أو يخطط ون يكون له) تأثير على تقييد أو تحريف أو منع المنافسة. وهناك مرحلتان للتحقيق، في المرحلة الأولى يمكن للمدير العام لمكتب التجارة النزيهة أن يقوم بتحقيق رسمي أولي، الغرض منه هو إقامة الحقائق وتحديد ما إذا كانت الممارسة تنطوي على إعاقة للمنافسة أم لا. ويطالب المدير العام للتجارة النزيهة بنشر تقريره، وقد يقبل في هذه المرحلة تعهداً من الشخص المتورط بأن يكف عن الممارسة، فإذا لم يتم التقدم بالتعهد أو قدم ولم تتم الموافقة عليه، يمكن للمدير عند ذلك أن يرفع الحالة إلى لجنة الاحتكارات والإندماجات. وهنا تقوم اللجنة بعمل تحقيقاتها الخاصة، ويتم تقويم الممارسة من وجهة نظر الصالح العام. فالعامل المحدد هو المصلحة العامة وليس وجود ممارسة معوقة

للمنافسة. وفي ضوء التقرير يكون لوزير التجارة مجالاً واسعاً لقوة اتخاذ القرار الخاص بمنع الممارسة بأسلوب مماثل لذلك الخاص بتحقيقات الاحتكار (الفصل الثاني عشر).

على الرغم من أن لمرسوم المنافسة مجالاً واسعاً فإنه محايد بالنسبة للممارسات المعوقة للمنافسة. وفي النهاية، يسمح المرسوم بتحليل المكاسب والتكاليف لكل حالة على حدة بواسطة لجنة الاحتكارات والإندماجات دون افتراض مسبق بأن هذه الممارسة المعوقة للمنافسة ستكون ضد الصالح العام. ولكن وفي نفس الوقت يجب مراعاة أن السماح بالإستقصاء المبدئي وقبول التعهد عند هذه المرحلة قد تعمل في الواقع على إحداث تعديلات في الممارسات المضادة للمنافسة دون الإلتفات إلى التكاليف والمكاسب خاصة، إذا ما أرادت المنشأة تحاشي العلانية، والمتاعب والتكاليف المرتبطة بتحقيق لجنة الاحتكارات والإندماجات. ولذا ففي حالة قبول التعهد بعد التحقيقات الأولية، قد تصبح السياسة أكثر قسوة على الممارسات المضادة للمنافسة عما يبدو عليها للوهلة الأولى.

ويعرض الجدول (1-11) بعض الأدلة على ذلك ويلخص تفاصيل الـ (11) حالة الأولى التي تم التعامل معها تحت مرسوم (1983-1980) وكما يلاحظ فقد قبل التعهد عقب التحقيق الأولى في ست من الـ (11) حالة مع بقاء ثلاث حالات فقط للتحقيق بواسطة لجنة الاحتكارات والإندماجات. ولذا، ففي معظم الحالات، تم اتخاذ القرار على أساس وجود ممارسة مضادة للمنافسة وليس على أساس ما يرتبط بها من تكاليف ومكاسب. وبينما يعكس ذلك بعض التعارض مع الأسس التي بني عليها التشريع، فإنه يوحي بأن القانون قد (وسوف يكون كذلك في المستقبل) اتخذ خطاً متشدداً تجاه الممارسات المضادة للمنافسة.

وعلاوة على ذلك، تشير الحالات الأولى إلى بعض المرونة في الممارسات التي يمكن أن تقع تحت طائلة القانون (انظر إلى العمود الأخير من الجدول 1-11). وقد تبين حتى الآن أن الممارسات مثل رفض البيع

جدول (11-1): تحقيقات الممارسة المضادة للمنافسة تحت مرسوم المنافسة لعام 1980 خلال الفترة 1983-1980.

الحالات	إجراءات مكتب التجارة النزيهة (OFT)				تحقيقات لجنة الاحتكارات			الممارسات
	أ	ب	جـ	د	هـ	و	ز	
تي. آي. الى	√	√			√	√	√	رفض البيع
بيتر المحدودة للتبريد	√		√					تقييد تاجر التجزئة
آثر سانرسون وأولاده	×							رفض البيع
جريدة شيفيلد المحدودة	√	√	√		√	√	√	تقييد تاجر التجزئة
لجنة كهرباء لندن					√			الدعم المتقاطع
دبليو. أم. ستيل وأبنائه المحدودة								رفض البيع
وخدمات ستيل المحدودة	√		√					تقييد البيع
لجنة السكك الحديدية البريطانية	√		√					تكتيك نهبي
جرائد سكوتش ويونيرسال المحدودة								رفض البيع
لجنة السكك الحديدية البريطانية (موتويل)				√				التعامل المقصور
لجنة السكك الحديدية (تأجير العربات)				√				رفض البيع

المصدر: التقرير السنوي لمدير عام التجارة النزيهة، 1980-198

أ ـ ممارسة ضد المنافسة
ب ـ إحالة إلى لجنة الاحتكارات
جـ ـ إجراء مقبول
د ـ ممارسة غير معنوية
هـ ـ ممارسة ضد المنافسة
و ـ ضد الصالح العام
ز ـ اجراء مقبول

لمحلات التخفيضات (عجلات رالي) القيود على حرية تجارة التجزئة في بيع المنتجات المنافسة (جرائد شيفيلد)، الربط الفعال لعقود الصيانة والتكتيك النهبي الصريح (جرائد سكوتش)، جميعها (بالإضافة لغيرها) تعد مضادة للمنافسة. (كما تبين أن الحالتين الأوليتين أيضاً ضارتان بالصالح العام وفقاً لتحقيق لجنة الاحتكارات والإندماجات). وتوحي الحالات المختلفة التي تم نقاشها بأن المرسوم سوف يقدم مدأ واسعاً من الحماية للممارسات المعوقة للمنافسة. والسؤال عما إذا كان ذلك سوف يولد مكاسب كبيرة للمجتمع هو أمر سنكتشفه فيما بعد.

(11-2-2) مناقشات اقتصادية: Economic Arguments:

إن المجال للمارسات المضادة للمنافسة بواسطة المنشأة الواحدة محدود فقط بإبداع الإنسان. فبينما تصمم جميع هذه الممارسات بهدف الحصول على منافع خاصة للمنشأة التي تقوم بها في شكل زيادة في الأرباح، فإن هذا لا يعني أن يكون هناك فقد في رفاهية المجتمع. وفي بعض الحالات قد يكون هناك تبادل بين المنافع والتكاليف، بينما في بعض الحالات الأخرى يكون من الواضح أن منافع كثيرة يمكن أن تنشأ وهذه المسائل عادة ما تكون معقدة. وفي هذا القسم لا يمكننا أن نقوم بأكثر من الإشارة إلى بعض الجدل الخاص بممارسات خاصة. وسننظر باختصار في ثلاث من هذه الممارسات: صيانة سعر إعادة البيع، والمبيعات المرتبطة، والتسعير النهبي.

صيانة سعر إعادة البيع: Resale Price Maintenance

يرتكز النقد الاقتصادي لصيانة سعر إعادة البيع على القيود التي تفرضها على المنافسة في التجزئة، وربما أيضاً في الصناعة التحويلية. فعلى مستوى التجزئة، يقال أن صيانة سعر إعادة البيع سوف يؤدي إلى أسعار أعلى وهوامش أكبر للموزعين، ونقص في كفاءة آلية المنافسة، وزيادة في إستخدام الموارد في المنافسة اللاسعرية في التجزئة. فإذا فرض وجود منافسة فعالة في

التجزئة (التي لا يتوقع أن تكون ملائمة في كل الأحوال) إذاً ففي غياب ممارسة صيانة سعر إعادة البيع من المتوقع أن تؤدي المنافسة إلى نقص مباشر في الأسعار ـ وعلاوة على ذلك، إلى انخفاض الأسعار والتكاليف في المدى الطويل حيث يتم التخلص من تجار التجزئة الأقل كفاءة وتتركز الأعمال في يد منشآت أكثر كفاءة. وبالمقابل، وفي وجود صيانة سعر إعادة البيع من المتوقع أن تكون الأسعار أعلى في المتوسط، مما يؤثر مباشرة على المستهلك ويقدم مظلة لحماية المنشآت دون الكفاءة. وعلاوة على ذلك، فمن المتوقع أن تؤدي صيانة سعر إعادة البيع إلى الإنحرافات السوقية، فقد تزيد من المنافسة اللاسعرية مثل الاهتمام من قبل موظفي البيع، وسرعة التسليم، وخدمات ما بعد البيع، وما إلى ذلك. فإذا ما أدت تلك الممارسة إلى توليفة من السعر والخدمات مخالفة لتلك التي قد يختارها المستهلكون في غياب القيود، إذاً يمكن اعتبار صيانة سعر إعادة البيع ممارسة غير مرغوب فيها[16].

وبالإضافة إلى هذه الآراء يمكن إضافة رأي أضعف برهاناً ينادي بأن وجود صيانة سعر إعادة البيع قد يحد من المنافسة في الصناعات التحويلية أيضاً. والحجة الأساسية هنا هي أن بوضع أسعار دنيا لإعادة بيع المنتجات يمكن للصناعات أن تقلل اللايقين في السوق، وبالتالي تسهل التواطؤ[17]. وفي غياب صيانة سعر إعادة البيع تتاح الفرصة للصناعات للخداع في أسعارها لتجارة التجزئة، لأن منافسيهم سوف يكونون غير واثقين من انخفاض أسعار التجزئة، وعما إذا كان ذلك يمثل انعكاساً لسياسة المنتجين أو تجار التجزئة. ومن غير المتوقع في موقف كهذا أن يصبح المنتجون قادرين على وضع أسعار قريبة من مستويات تعظيم الأرباح المشتركة، لأن حوافز خفض السعر بواسطة المنتجين المنفردين ستكون أكبر. ولكن في وجود صيانة سعر إعادة البيع، تكون أسعار التجزئة مثبتة ويتوفر الحافز على منح تخفيضات لتجارة التجزئة فقط في الحالة التي يمكن فيها ضمان المعاملة المتميزة على المنافسة اللاسعرية. وعليه فإننا نتوقع أن تقترب الأسعار أكثر من أسعار

تعظيم الأرباح المشتركة في هذا الإطار. ومن الواضح أن الإحتمال أكبر الآن أن تنطبق هذه المناقشة على مواقف احتكار القلة المحكم عندما يكون سلوك التواطيء محتمل الحدوث، بالرغم من عدم وجود أدلة منهجية لمدى معنويتها في تقييد منافسة المنتجين.

وهناك العديد من الحجج المؤيدة لممارسة صيانة سعر إعادة البيع:

أولاً ـ ولو أن صيانة سعر إعادة البيع تحمي تجار التجزئة غير الأكفاء وعادة الصغار (من منافسة المتاجر الأكثر كفاءة والأسواق المركزية (Su-per markets، فقد يكون هناك احتياج لمثل هذه الحماية لأسباب سياسة أو أسباب خاصة بتوزيع الدخل. وقد كان للحجة السياسية لحماية المنشآت الصغيرة وضع خاص في الولايات المتحدة على الأقل حتى الخمسينيات، وإن لعبت دوراً أقل أهمية في بريطانيا[18]. وتشير الحجة الخاصة بتوزيع الدخل إلى أن صيانة أسعار إعادة البيع تحمي مصالح مجموعات خاصة من أفراد المجتمع، مثل كبار السن أو غير القادرين نسبياً على الحركة وذلك على حساب بعض من عدم الكفاءة الاقتصادية العامة. ولهذه الحجة بعض الأهمية في غياب التعويض الكافي لهذه المجموعات المتضررة بتحريم صيانة سعر إعادة البيع. وأخيراً ففي بعض الظروف مثل بيع السلع ذات التقنية العالية، قد تبرر صيانة سعر إعادة البيع بسبب منعها لمخازن التخفيضات من التطفل على الخدمات السابقة للبيع التي تقدمها المخازن المتخصصة. وتنشأ هذه المشكلة في الحقيقة لأن مثل هذه الخدمة لا ترتبط بالضرورة بالبيع، ولصعوبة تحصيل مدفوعات على المعلومات المقدمة.

وكما هو الحال في أغلب الأمور المتصلة بالسياسة، فإن الحجج المؤيدة والمعارضة لممارسة صيانة سعر إعادة البيع ليست بالحجج القاطعة، وقد انعكس ذلك في التشريع في بريطانيا في الماضي. إلا أن، حجة الكفاءة المعارضة لممارسة صيانة سعر إعادة البيع قد سادت منذ عام (1964)، ومن المحتمل أن يستمر الحال كذلك.

ربط المبيعات: Tie - In Sales

تتصل ممارسة ربط المبيعات بربط بيع سلعة أو أكثر ببيع سلعة أخرى. فمثلاً، قد يعرض البائع السلعة (A) (السلعة الرابطة) للبيع فقط على أن يلتزم المشتري بشراء السلعة (B) (السلعة المربوطة). والممارسة ذات الصلة وإن اختلفت، هي فرض الخط أو الخط كله (Line or Full Line Forcing) وفيها يلزم المشتري بقبول جزء أو جميع المنتجات التي يعرضها البائع وذلك إذا ما أراد شراء أي منها. ويختلف فرض الخط عن الربط في إنها لا تحدد سلعة معينة كسلعة رابطة.

والحجة التقليدية المعارضة لممارسة ربط المبيعات هو ما يعرف بحجة الزراع (Leverage argument). وتشير إلى أن الربط هو أداه لتمديد القوة الاحتكارية إلى ما وراء مجال السلعة الرابطة. وعليه، فإذا كانت السلعة الرابطة (A) محتكرة بينما السلعة المرتبطة (B) يتم إنتاجها تحت المنافسة، فإن ممارسة ربط المبيعات يمكن منتج السلعة (A) من الحصول على أرباح احتكارية إضافية من بيع السلعة (B).

ولكن ليس بالضرورة أن تكون هذه الحجة وعلى الأقل في أبسط أشكالها صحيحة. فكتاب مدرسة شيكاجو الفكرية، على وجه الخصوص، قد أكدوا على أن الربط قد لا يعطي المنشأة التي تمارسه أي زراع قوة على الإطلاق[19]. والحجة في شكلها تشابه تلك الخاصة بالتكامل الرأسي عندما يتكامل المنتج المحتكر لعنصر الإنتاج إلى الأمام في صناعة تنافسية[20]. فإذا كانت السلعتان (A) و (B) يتم بيعهما لصناعة لإنتاج السلعة (X)، إذاً (وكما لاحظنا في المبحث 3-8) لن يوجد حافز احتكاري لدى محتكر عنصر الإنتاج (A) ليتكامل إلى الأمام مع الصناعة (X) طالما أن عناصر الإنتاج (A) و (B) تستخدم بنسبة ثابتة. وبالمثل، فليس لمنتج (A) حافز لربط مبيعات (B) و (A) طالما كان (A) و (B) يستخدمان بنسبة ثابتة. وفي كل الأحوال يمكن لمنتج (A) الحصول على أرباح المحتكر من تسعير (A) فقط، وعليه فلا يمكن للتكامل الرأسي أو ربط المبيعات أن تضيف لهذه الأرباح. ومع ذلك

فلا تنطبق هذه الحجة إذ ما أمكن استخدام (A) و (B) بنسب متغيرة، ففي هذه الحالة يوجد حافز احتكاري للتكامل أو للربط. ولكن وكما لوحظ في الفصل الثامن، فإن الآثار المترتبة على الرفاهية ليست محددة بصورة واضحة.

ولحالات عملية عديدة (مثل الأطباق والأكواب أو الآلات ومستلزماتها المستهلكة) قد يتحقق فرض النسب الثابتة. فعلى سبيل المثال، قد لا تستطيع المنشأة التي تؤجر ماكينات التصوير، مع ربط بيع ورق التصوير بعقود الإيجار، أن تحقق أرباحاً زائدة من هذه الممارسة إذا كان بإمكانها أن تحصل رسوم استخدام الماكينات بطريقة مستقلة عن استخدام الورق. ففي الحالات التي يصعب فيها قياس استخدام الماكينات يمكن أن يقدم الربط طريقة نافعة لقياس استخدام الماكينات، الأمر الذي يمكنها من تحصيل الأرباح الكاملة للإحتكار. وقد يمكن لممارسة الربط أن تمكن المنشأة من تبني نظم دفع ذات جزءين تحقق لها أرباحاً أكبر (مثل أن تحصل إيجاراً شهرياً على الماكينات بالإضافة إلى ما تحصله على استخدامها). إلا أن مثل هذه النظم لا تكون بالضرورة غير كفء بالنسبة للمجتم، فقد تؤدي إلى زيادة في استخدام الماكينات مما يعادل من الضرر المترتب على تقييد المحتكر للإنتاج (سكماليتس، 1981). وعليه فليس من الواضح حتى في هذه الحالة إن كان تأثير النفوذ سوف يكون ضاراً بالنسبة للمجتمع. وهناك عدة أسباب للربط يمكننا تناولها باختصار:

في عدد من حالات الربط في الولايات المتحدة سعت المنشأة إلى حماية الربط وذلك حتى تضمن درجة كافية من جودة المنتج المربوط. ولذلك مثلاً، ترى منشأة (IBM) أن ما يبرر ربطها طابعات الحاسب الآلي غير المحمية ببراة الاختراع مع عقود إيجار أو بيع معدات الحاسب الآلي، هو أن استخدام الطابعات الأقل جودة (التي تنتجها منشآت أخرى) سوف يقلل من كفاءة تشغيل معداتها ويضر بسمعتها التجارية[21]. (وتنطبق أسباب مماثلة في حالات أخرى كما في عقود الصيانة التي تربط مع بيع أو تأجير المعدات)،

ومن الواضح ودون تعليق، أن هذه الحجج تعتبر ضعيفة للغاية، فبإمكان المنتجين حماية سمعة منتجاتهم بأن يحددوا مواصفات طابعات الحاسب الآلي (أو فنيي الصيانة) في عقود بيع المعدات، دون احتياج للجوء للربط. وقد أصبحت هذه النقطة متعارفاً عليها في محاكم الولايات المتحدة، خاصة في حالة منشأة (I B M). والحجة الثانية هي أن وفورات التكلفة قد تصاحب ممارسة الربط. وتساق هذه الحجة في بعض الأوقات بالنسبة لممارسة الإجبار على «الخط كله» (Full line Forcing)، حيث تكون هناك وفورات في تكلفة التسليم التي تفيد العميل جزئياً في شكل أسعار أقل. ولكن، لا يبدو هناك من سبب يمنع السماح للعميل بأن يختار بين الإستفادة من هذه الوفورات في التكاليف والأسعار المنخفضة أو أن يشتري السلعة الواحدة ويتحمل سعراً أعلى للتسليم. فكلتا الحجتين إذاً لا تخلو من عدم الدقة.

وبالرغم من عدم اليقين الذي يحيط بتأثير الربط على الرفاهية بوجه عام، فحتى وقت قريب كان الاعتقاد السائد هو أن مثل هذا الربط في المبيعات يحتمل أن يكون ضاراً، وهناك إتفاق حول وجهة النظر هذه في الولايات المتحدة، حيث تمت إدانة اتفاقات الربط التي تنطوي على قدر كبير من تقييد المنافسة في المحاكم. وقد أثرت كذلك على التقرير الأخضر عن سياسة الممارسات المقيدة للتجارة، والذي وجد أن هذه الممارسة كانت تتعارض والصالح العام في معظم الحالات التي تم التحقيق فيها بواسطة لجنة الاحتكارات والإندماجات[22]. ويرى التقرير الأخضر أن الربط سيكون في معظم الأحوال متعارضاً مع الصالح العام، وقد أوحى بتعميم إحالة هذه الممارسة إلى اللجنة بغية تحريمها. وقد تبنى تقرير اللجنة لعام (1981)[23] وجهة نظر أكثر انتقائية تجاه ممارسة الربط عن تلك التي تبناها التقرير الأخضر وهي تعارض أي تحريم عام. بل وتنادي بمنهج لتناول الحالات انفرادياً وفي إطار مرسوم المنافسة لسنة (1980)، وذلك لتقويم الممارسة تحت كل ظرف من الظروف. وعلى الرغم من إمكانية انتقاد تقرير اللجنة لضعف محتواه التحليلي، فقد يكون مثل هذا المنهج أقرب إلى الفهم، وعلى الأقل

إلى أن تتم المزيد من الدراسات على مشكلة ربط المبيعات ورفاهية المجتمع.

التسعير النهبي: Predatory Pricing:

وأخيراً - يمكننا تناول التسعير النهبي باختصار. ويتم ذلك عندما تقوم منشأة واحدة أو عدة منشآت على خفض السعر في محاولة لإخراج المنافسين من السوق أو زجرهم. وبخلاف المنافسة السعرية الاعتيادية التي تعود بالفائدة على المستهلكين، ففي حالة التسعير النهبي تكون هناك نية مسبقة على جانب المنشأة أو المنشآت الرافعة للسعر لأن تخرج منافسيها من السوق (أو على الأقل لتزجرهم) بحيث يمكن زيادة الأسعار في اتجاه مستويات الاحتكار. وبالتالي فإن التسعير النهبي له آثار مختلفة جداً على الرفاهية عن تلك الخاصة بالمنافسة السعرية الاعتيادية، وبينما يستفيد المستهلكون من الخفض النهبي للأسعار في المدى القصير، فإن الأسعار الأعلى في المدى الطويل تؤدي إلى فقد في رفاهية المستهلكين وسوء تخصيص الموارد.

والمشكلة الأساسية في حالة التسعير النهبي هي كيفية تعريفها. لنأخذ على سبيل المثال حالة دخول منشأة «لاكر» (Laker) للنقل الجوي في سوق نقل الركاب عبر الأطلنطي، والتي تميزت بالتذاكر منخفضة السعر. فقد كان رد فعل المنشآت القائمة لهذه المنافسة الجديدة هو خفض أسعار تذاكرها بالمثل أو بالفعل إلى مستوى أقل من أسعار منشأة «اللاكر»، وكانت النتيجة هي إفلاس منشأة «لاكر» في النهاية. السؤال هنا هو، هل كانت استجابة المنشآت القائمة وما أدت إليه من نتائج هي وببساطة النتيجة الطبيعية لعمل اقتصاد المنافسة، أم أن المنشآت القائمة قد أقدمت على ممارسة التسعير النهبي لتخرج منشأة لاكر من السوق؟. وبصفة عامة، كيف يمكن تحديد التسعير النهبي[24]؟. وفي مقال ذائع الصيت في الولايات المتحدة، يرى أريدا وترنر (Areeda and Turnerm, 1974 - 1975) أن من الواجب فحص العلاقة بين الأسعار والتكاليف حتى يمكن تحديد ما إذا كان هناك تسعير نهبي. ويجادلان بأن السعر المساوي للتكلفة الحدية يؤدي إلى التخصيص الأمثل

للموارد، وأن من غير المرغوب فيه حماية المنافسين غير الأكفاء، أن يستخدم معيار السعر مساوياً للتكلفة الحدية كمؤشر للتسعير النهبي. وعليه فإذا خفضت المنشآت المزمع تبنيها للتسعير النهبي أسعارها إلى أقل من التكلفة الحدية (والتي يمكن تقديرها تقريبياً بمتوسط التكاليف المتغيرة) فسوف ينطوي ذلك على سوء تخصيص للموارد وقد يؤدي إلى إخراج منافسين ذوي كفاءات مساوية لكفاءة المنشآت الباقية، فهذا السلوك ليس مرغوباً وقد يوصف كسلوك نهبي، وإلى جانب المشاكل التقنية المصاحبة لهذه القاعدة، فإن نقطة الضعف الأساسية كما لاحظها وليامزسون (1977-1978) هي أنها تتجاهل الطبيعة الإستراتيجية الضرورية للتسعير النهبي (الرغبة في التخلص من المنافسين) وتركز ببساطة على العلاقة بين السعر والتكلفة الحدية في المدى القصير. فالمساواة المؤقتة بين السعر والتكلفة الحدية لا تكون جلاً مثالياً إذا ما كانت جزء من استراتيجية التسعير النهبي، والتي تعني أن مثل هذا التسعير سوف لا يستمر بصفة دئمة. وبالتالي فقد لا يكون المعيار الملائم للحكم على المنافسة السعرية إذا كانت نهبية أو غير مرغوبة.

لقد آثارت دراسة أريدا وترنر جدلاً هائلاً بين الاقتصاديين في الولايات المتحدة حول كيفية تعريف التسعير النهبي، والذي يمكننا عرضه هنا[25]. ويكفي أن نشير إلى عدم وجود قاعدة بسيطة لتعريفه تلقى قبولاً عاماً في الوقت الحاضر. ومن العجيب أن في الحالة الواحدة (بجدول 1-11) التي درست فيها تكتيكات التسعير النهبي تحت التشريع البريطاني الجديد، (فيزسكويتش والجرائد العالمية المحدودة SUNL) لم تظهر مشاكل التعريف. في هذه الحالة رأى مكتب التجارة النزيهة أن جهود (SUNL) في محاولة منع قيام الجرائد المنافسة (مجاناً) (بما في ذلك من وضع ضغوط على طباعتها، أو تأسيس جريدة تعلن بفئات تقل عن التكلفة الحدية، وما إلى ذلك) يمكن اعتباره سلوكاً نهبياً، وقد يكون لهذه النتيجة آثار إيضاحية للمنشآت الأخرى (خاصة في صناعة الجرائد) عن التكتيكات التنافسية التي يمكن اعتبارها نهبية تحت التشريع الجديد.

(11-3) ملخص واستنتاجات: Summary and Conclusions:

راجع هذا الفصل عمل السياسة البريطانية للمنافسة في مجالات الاتفاقيات المقيدة بين المنشآت، والممارسات المضادة للمنافسة بواسطة المنشأة. وقد لوحظ نجاح السياسة البريطانية منذ سنة 1956 في إزالة الكثير من الإتفاقيات المقيدة بين المنشآت. ولا توجد غير أدلة محدودة عن الآثار الداعمة للمنافسة الناتجة عن هذا المرسوم، ولكن هناك بعض الأدلة على أن المنشآت قد سعت إلى التحايل على القانون عن طريق تبني وسائل غير ملزمة لهم بالتسجيل وذلك لتنسيق نشاطاتهم (بما في ذلك من اتفاقيات غير قانونية). ولذا فقد تكون هناك أسباب لتدعيم القانون في هذا المجال، وقد تم اقتراح عقوبات أكثر صرامة لإدارة الإتفاقيات غير القانونية، بل واعتبرت زيادة مجال عمل القانون ليضم الإتفاقيات والترتيبات بين المنشآت أمراً مرغوباً.

وقد نوقش أيضاً التشريع البريطاني الخاص بممارسات المنشأة الفرد، ذات الأصول الأكثر حداثة. فباستثناء صيانة سعر إعادة البيع (والتي حرمت بشكل واسع)، فإن الممارسات الأخرى للمنشأة يتم التحقيق فيها حالة بحالة تحت مرسوم المنافسة لعام (1980). والحالات القديمة (انظر الجدول 11-1) توحي بأن هذا القانون قد يأخذ خطاً حاداً ضد هذه الممارسات، ولكن، لم يتضح بعد ما إذا كان هذا سوف يقدم التوازن الصحيح للسياسة في هذا المجال.

ملاحظات:

(1) يمكن النظر إلى ممارسات المنشأة، خاصة بالنسبة لاستخدامها لإجراءات لجنة الاحتكار والإندماج، كمساعد لتشريع الاحتكار الذي يناقش في الفصل الثاني عشر. وعما إذا كانت ترتبط في ذلك بتشريع الاحتكارات أو الممارسات المقيدة، فهو أمر يعتمد على الذوق، وقد نوقشت في هذا الفصل أساساً للترتيب.

(2) لنقاش فصل من التشريع البريطاني، ارجع إلى التقرير الأخضر لعام (1979) عن سياسة الممارسات المقيدة للتجارة. ولتفاصيل تشريع الوحدة الاقتصادية الأوروبية (لم تدرس هنا) ارجع إلى سوان (1983) Swann.

(3) التمييز السعري الجماعي: تقرير عن المقاطعة الجماعية، تجارات التجزئة المجمعة وغيرها من الممارسات التمييزية بالتجارة Cmmd 9504، (يونيو 1955).

(4) اطلع على بيكرينج (الفصل 15 1974) Pickering. هناك معلومات

(5) لقد التزمت اتفاقات معلومات السلع الخاصة بالأسعار وشروط العرض بالتسجيل وفقاً لأمر الممارسات المقيدة للتجارة (اتفاقات المعلومات) لعام (1989).

(6) اطلع على سوان وآخرين (1974).

(7) اطلع على اليوت وجريبين (1977) Elliot and Gribbin.

(8) اطلع على بيكرينج (الفصل 15، 1974) Pickering. هناك معلومات مفيدة عن تسجيل الإتفاقيات في التقارير السنوية للمدير العام للتجارة النزيهة.

(9) في اتفاق «re Yarn Spinners» (1959).

(10) اقترح هذا، مثلاً، بواسطة مجموعة من المحامين في أدلة خاصة بالتقرير الأخضر العام (1979) ص 100.

(11) لكنها قد أيدت تحريم التواطؤ بالعقوبات الجنائية (التقرير الأخضر لعام 1079 ص 49-50).

(12) وردت بالتقرير الأخضر دلائل على الفشل في التسجيل، مع أمثلة لعدد من الحالات التي اكتشفت حديثاً، وخاصة مواد رصف الطرق وأسلاك الكهرباء، مواد تصوير الكتابة، والخرسانة المخلوطة الجاهزة، وأعلاف الحيوانات، وفحم المنازل (ص 48).

(15) لتفاصيل عن الولايات المتحدة ارجع إلى سكيرر 1980 أو نيل جويدر Neal Goyder (1980). وفي دراسة لبلوك ونودل وسيداك Block Nodle and Sidak (1981) تجد تحليلاً عن الأثر الرادع للأحكام الصارمة.

(14) يستطيع المنتجون بالطبع أن يشيروا على تجار التجزئة بالأسعار المناسبة عن طريق الأسعار المقترحة للتجزئة. ولكن هـذه الأسعار غيـر ملزمة قانوناً ولذا فلا يمكن منع المنشآت من التنافس على السعر إذا أرادوا ذلك.

(15) في حالة فرض بيع الخط الكلي من المنتجات وربط المبيعات يجادل التقرير الأخضر لعام (1979) بأنه قد توجد هناك أسباب لتحريم عام. بينما يعارض هذا الرأي تقرير لجنة الاحتكارات والإندماجات (1981).

(16) لا يبدو أن هناك سبباً عاماً للإعتقاد بأن تقديم الخدمة بالمستوى الأمثل سوف يتم تحت المنافسة غير المقيدة. ارجع إلى لانكستر (1979) Lancaster لمزيد من التفاصيل.

(17) لاحظ النقاش المرتبط بهذه النقطة لستيجلر (1964) والذي عرفناه في الفصل (3).

(18) ارجع إلى سكيرر (1980) الفصل (21). وإن تحركت السياسة الأمريكية في السنوات الحديثة ضد (R P M).

(19) اطلع على بومول (1957) بصفة خاصة.

(20) نقاش صريح عن هذه النقطة تجده في بلير وكاسرمان Blair and kaser-man (1978).

(21) حالة مؤسسة آليات الأعمال العالميـة International Business Machine Corp بـالولايـات المتحدة (1978)، التي جـاءت في سكيرر (1980)، ص 584.

(22) اتخذ التقرير الأخضر عن سياسة الاحتكارات والإندماجات لعام 1978

نفس الاتجاه. وفي الحقيقة لم تضمن فيه إلا خمسة تقارير عن لجنة الاحتكارات والإندماجات باعتبارها ذات صلة، ولم تشجب فيه كل حالات ربط المبيعات والإجبار على شراء خط الإنتاج كله.

(23) اطلع على لجنة الاحتكارات والإندماجات (1981 a). لقد بحثت اللجنة أيضاً في الخصومات الممنوحة لتجار التجزئة في 1981 (MMC, 1981 b) لكنها لم تجد أضراراً بالصالح العام في جميع الحالات. وقد وجد أن القوة الموازنة للأعداد الكبيرة من تجار التجزئة (اطلع على جالبريت Galbraith 1963) قد قدمت منافع هامة للمستهلكين في هذه الحالة على الرغم من ممارستهم لقوتهم الاحتكارية.

(24) لم يكن قد تحدد مصير حالة لاكر (Laker) بالمحاكم الأمريكية وقت كتابة هذه السطور.

(25) من المراجع المهمة، سكيرر (1976)، ويليامسون (1977-1978) وبومول (1970-1980)، اطلع أيضاً على ماكجي (1958 and ,1980).

الفصل الثاني عشر
سياسة الاحتكارات والإندماجات
MONOPOLIES AND MERGERS POLICY

يفحص هذا الفصل الأخير سياسة المنافسة البريطانية ضد الاحتكارات والإندماجات. ويركز المبحث (1-12) الانتباه على الاحتكار ويفحص بعض الموضوعات التي أثيرت حول عمل وفاعلية السياسة البريطانية الخاصة بالإحتكار ويلقى المبحث (2-12) بنظرة أكثر شمولاً على سياسة الإندماج التي كانت موضوع حوار مستفيض في السنوات الأخيرة. ويبحث على وجه خاص فيما إذا كانت السياسة قد تساهلت كثيراً مع الإندماجات ببريطانيا.

(1-12) سياسة الاحتكار: Monoply Policy:

تهتم سياسة الاحتكار بإمكانية ممارسة المنشآت السائدة (المسيطرة) لقوتها السوقية بالأسواق منفردة. وكما سيتضح فيما يلي، فقد صممت السياسة لتغطي كلاً من مواقف المنشأة السائدة واحتكار القلة، وسوف نستخدم اصطلاح الاحتكار بهذا المعنى في هذا المبحث وذلك للتبسيط. ويعرض القسم (1-1-12) السياسة الحالية للإحتكار ببريطانيا، بينما يتناول القسم (2-1-12) عمل وفاعلية هذه السياسة[1].

(12-1-1) التشريع البريطاني: UK Legislation:

يشتق إطار السياسة البريطانية للإحتكار من مرسوم الإحتكارات والممارسات المقيدة لعام (1948). وقد انشأت بموجب هذا المرسوم لجنة الإحتكارات والممارسات المقيدة لتقوم بالتحقيق في حالات الاحتكار كل على حدة، وكما لاحظنا في الفصل السابق (في الفترة قبل 1956)، فقد كلفت أيضاً بالتحقيق في الممارسات الجماعية المقيدة. وبالنسبة للإحتكار، يطالب المرسوم اللجنة، أولاً، بأن تقرر ما إذا كان هناك احتكار كما يعرفه المرسوم، وثانياً: تقويم تأثير الاحتكار على الصالح العام. وقد عرف الاحتكار قانوناً بالحالة التي يكون فيها ثلث العرض الكلي من سلعة معينة قد تم احتكاره.

ولتقويم الاحتكار في إطار المصلحة العامة، كانت اللجنة مطالبة بأن تأخذ في اعتبارها جميع الظروف ذات الصلة، وخاصة فيما يتصل بالكفاءة والإنتاجية والعمالة الكاملة والتقدم التقني. وعليه فقد منحت اللجنة صلاحيات واسعة لتحقيقاتها، وقد طولبت أساساً بأن تفحص جميع المسائل المتعلقة بسلوك وأداء الاحتكار والتي قد يكون لها صلة. إذاً، وحتى هذه اللحظة، فقد اقتصر دور اللجنة على التحقيقات استجابة لطلب مجلس التجارة.

لقد أعيد تسمية لجنة الاحتكارات والممارسات المقيدة بلجنة الاحتكارات، وذلك تحت مرسوم الممارسات المقيدة للتجارة لعام (1956)، ثم سميت لجنة الاحتكارات والإندماجات تحت مرسوم التجارة النزيهة لعام (1973). وقد حدد مرسوم الاحتكارات والإندماجات لعام (1956) كما سيناقش في القسم (12-2-3)، صلاحيات اللجنة في التحقيق في حالات الإندماجات. وقد دعمت بالإضافة إلى ذلك تشريع الاحتكار من ناحيتين: أولاً، بتوسيع نطاق التشريع ليغطي الخدمات بالإضافة للسلع، ثانياً - بزيادة السلطات الحكومية لاتخاذ الإجراءات العلاجية، وخاصة الأمر بتقسيم المنشآت. وقد استخدمت هذه السياسة الأخيرة في حالات نادرة.

وتتفرع السياسة الحالية من مرسوم التجارة النزيهة لعام (1973)، والذي انشأ بموجبه مكتب التجارة النزيهة ومديرها العام ليشرف على السياسة البريطانية للمنافسة. ويقوم وزير التجارة والمدير العام للتجارة النزيهة (DGFT) تحت هذا المرسوم بتوجيه لجنة الاحتكارات والإندماجات (MMC)، وقد أعاد المرسوم تعريف الاحتكار قانوناً بأنه الحالة التي تحتكر فيه المنشأة الواحدة ربع عرض السوق من سلعة معينة. ويسمح بالإضافة إلى ذلك بالتحقيق في حالات الاحتكارات المعقدة (Complex monopoly)، والتي تقوم فيها عدة منشآت باحتكار (25%) من الأنصبة السوقية وتنطوي على تقييد للمنافسة[2]، وكما هو الحال في مرسوم (1948)، تطالب اللجنة هنا بدراسة كل الأمور المتصلة بالمصلحة العامة في تحقيقها. وعلى خلاف العوامل المحددة التي ذكرت في مرسوم (1948)، فإن مرسوم (1973) يحدد أهمية سياسة المنافسة وتحسين منافع المستهلكين باعتبارها الأهم بالنسبة للصالح العام. ويمثل ذلك محاولة محدودة لتبني خطاً أكثر تحديداً لتأييد المنافسة في سياسة الاحتكار البريطانية.

وأخيراً، وتحت مرسوم المنافسة لعام (1980)، تمت زيادة سلطات التحقيق لتتناول الاحتكارات المملوكة للدولة (مثل الصناعات المؤممة، خدمات المياه وخدمات النقل الجماعي)[3]. ويسمح المرسوم للجنة الاحتكارات والإندماجات بالتحقيق في الكفاءة والخدمات المقدمة وسوء استغلال القوة الاحتكارية، لكنها لا تمتد إلى الأهداف المالية الموضوعة بواسطة الوزراء أو التشريعات.

وهناك العديد من سمات التشريع الحالي التي يجب التركيز عليها:

أولاً ـ تحت مرسوم التجارة النزيهة لعام (1973)، يقوم المدير العام للتجارة النزيهة (ومن ثم مكتب التجارة النزيهة) بدور هام في فحص إمكانيات قيام الاحتكار ـ ويمنح مرسوم (1973) المكتب صلاحية قانونية لإبقاء الأسواق البريطانية تحت المراقبة، ويعد ذلك من الوسائل الهامة لمراقبة امكانية قيام استغلال احتكاري جنباً إلى جنب مع إعطاء الأولوية

لتحقيقات لجنة الاحتكارات والإندماجات.

ثانياً ـ على الرغم من الإشارة الصريحة إلى «صيانة وتطوير المنافسة الفعالة» فقد استمرت تقارير لجنة الاحتكارات والإندماجات، تحت مرسوم (1973)، في دراسة جميع المفاهيم الخاصة بالسلوك الإداري والأداء والتي يعتقد أن لها صلة بتقويم المصلحة العامة في تحقيق الاحتكار. وتتمشى في ذلك مع المتطلبات العامة لمرسوم (1973)، وحقيقة، لم تكن للمنافسة في حد ذاتها أهمية كبيرة بالنسبة للرفاهية الاجتماعية (بالمقارنة بتقرير ما إذا ما كان هناك احتكار بمعناه القانوني).

ثالثاً ـ وأخيراً بينما يتمتع وزير التجارة بسلطات واسعة في اتخاذ قرار وضع الأسعار، ومنع بعض الممارسات أو تقسيم المنشآت، فإن هذه السلطات عادة لا تستخدم، بل تتخذ الإجراءات العلاجية عن طريق التفاوض بين المدير العام للتجارة النزيهة والمنشآت المعنية، ويستخدم الأمر الجبري فقط كملجأ أخير. ويدل هذا السلوك الودي إلى وجود تعارض مع سوء استخدام القوة الاحتكارية في بريطانيا، الأمر الذي نعود إليه لاحقاً.

وقد تمكنت اللجنة من إنجاز ما يزيد على تسعين تقريراً مع نهاية عام (1983). ثمانية عشر منها تمت في الفترة قبل عام (1956) وقد اهتمت أساساً بنشاطات الاتحادات التجارية، كما تم إنتاج ست تقارير عامة.

(12-1-2) قضايا سياسية: Policy Issues:

تقوم السياسة البريطانية أساساً على فرض عملي (ذرائعي Pragrmatic) بأنه قد تكون هناك تكاليف ومنافع مرتبطة بالإحتكار وبناء علي ذلك فإن التحقيق في حالات الأسواق المحتكرة حالة بحالة يكون مطلوباً لكي يتثنى تقويم الصالح العام. وعليه، فبينما تتفق الآراء على أن هيكل السوق المركز يولد إمكانية ممارسة القوة الاحتكارية، فليس هناك افتراض مسبق بوجود سوء استخدام للقوة السوقية. وفي الحقيقة، ولأن لجنة الاحتكارات والاندماجات مطالبة بتقرير إذا ما كان أي عمل جار أو يتوقع أن يجري في غير الصالح

العام، فإن عبء الإثبات متروك للجنة مع دورها في تقرير عواقب موقف الاحتكار. وبالإضافة للأمور التي ذكرت في مرسوم (1973)، فإن اللجنة تدرس الصالح العام من خلال تحقيق تفصيلي من السلوك الأداري والأداء لجميع المنشآت المعنية والتي تبدو أن لها علاقة.

وفي إطار فلسفي، لا يتفق المنهج البريطاني تماماً مع وجهة النظر القائلة بأن الاقتصاد التنافسي يعتبر مرغوباً في حد ذاته: إما لأنه يؤدي إلى سلوك وأداء اقتصادي مرغوب أو، لأنه مرغوب فيه كنهاية في حد ذاته. ولوجهة النظر القائلة بأن الاقتصاد التنافسي قد يعد نهاية في حد ذاته، أهمية خاصة في بعض سياسات الولايات المتحدة. ولم يكن أبداً كذلك في بريطانيا (انظر مبحث 12-2)[4].

وعلاوة على ذلك، فبالنسبة للمنافع الاقتصادية، يجادل البعض بأنه ليس من الضروري أن تكون المنافسة الوسيلة الوحيدة أو الفضلى لتحقيق الأهداف الاقتصادية. ووجهة النظر الأخيرة هذه تعكس جزئياً الإنقسام العميق في الحكومة بين المجموعة التي تفضل سياسة المنافسة والمجموعة التي تفضل إعادة تنظيم الصناعة كوسيلة تجاه زيادة المنافسة الدولية. ويتضح هذا الإنقسام جلياً في التقرير الأخضر للحكومة (1978) من سياسة الاحتكارات والإندماجات حيث تبرز نفسها في نقاشها للعلاقة بين ما يسمى «بالإستراتيجية الصناعية» للحكومة وسياسة المنافسة. وبصورة أعم، فإن الهيئات التي تعمل على مقربة من الصناعة، مثل المجلس القومي للتنمية الاقتصادية (NEDC)، عادة ما تعلق أهمية أقل على المنافع الناتجة عن المنافسة عما هو الحال بالنسبة لمكتب التجارة النزيهة مثلاً.

ويعتبر مبدأ التحقيق في تكلفة ومنافع مواقف الاحتكار قوياً من الناحية الاقتصادية. فمع تعقيد واختلاف الأسواق من الناحية العملية وغياب الأدلة الواضحة من النظرية الاقتصادية والدراسات التجريبية عن الآثار المحددة للإحتكار (انظر الفصل الخامس)، يبدو أن دراسة كل حالة وفقاً لجدارتها أمر مرغوب. ولكن هناك العديد من الإنتقادات العملية التي تثار ضد هذه

السياسة، والتي نناقشها فيما يلي. وبالإضافة إلى ذلك، وكما أشرنا في الفصل الثاني، فقد تكون هناك قوى سوقية دائمة تعمل على زيادة التركيز بمرور الوقت. ولذا، فبتبني منهج التكاليف والمنافع، ربما تكون سياسة بريطانيا الخاصة بالإحتكار تعمل ضد الخلفية الخاصة بالقضاء على الاقتصاد التنافسي، التي قد تؤدي بحد ذاتها إلى مشاكل اقتصادية واجتماعية وسياسية أكبر، أي مشكلة الضغط السياسي المنظم. وتذهب هذه المواضيع الموسعة بعيداً عن إطار التوازن الجزئي، لتحليل التكاليف والمنافع الخاصة بسياسة الاحتكار الحالية ببريطانيا. وعلى الرغم من أنها لم تلقَ غير اهتمام قليل في الوقت الحاضر في الحوار حول السياسة البريطانية، فقد تتزايد أهميتها في المدى البعيد إذا ما استمر التركيز في التزايد.

وبالإمكان عند دراسة الإجراءات العملية لسياسة الاحتكار البريطانية تسجيل عدد من النقاط.

أولاً ـ يمكن انتقاد السياسة لما تضعه من عبء على المنشأة موضع التحقيق، خاصة فيما يختص بالوقت والجهد المطلوب من الإدارة العليا. وقد تكون مثل هذه التكاليف ذات حجم ملموس مما يستوجب إضافتها إلى التكاليف الاجتماعية لتطبيق السياسة.

ثانياً ـ بما أن الدراسة التفصيلية للتكاليف والمنافع تأخذ وقتاً، فإن العملية التي يمكن من خلالها السيطرة على مواقف الاحتكار لا بد وأن تكون بطيئة. فمثلاً، إذا ما درسنا الصناعات الرئيسية التي كانت تتسم بالتركيز العالي في (1975) تبعاً للجدول (3-2) السابق، وجدنا أن ثلث هذه الصناعات فقط قد تم التحقيق فيها في خلال الفترة (1983 - 1948) وعلاوة على ذلك فإذا ما أخذت مجموعة أكبر من الصناعات التي قد ينطبق عليها التعريف القانوني للإحتكار، نجد أن الـ 65 تحقيقاً في الاحتكار التي تمت منذ (1948) لا تعدو أن تكون قطرة في محيط.

ثالثاً ـ هناك بعض المشاكل الفنية في التعامل مع «الاحتكار المعقدة» حيث يكون على لجنة الاحتكارات والإندماجات أن تقرر بأن منشآت احتكار

القلة تعمل على تقييد المنافسة لكي يمكنها إثبات وجود حالة الاحتكار المعقد. ويختلف ذلك عن الاحتكار الذي يعرف قانونياً على أساس النصيب السوقي بغض النظر على السلوك السوقي.

وقد انصبت الإنتقادات أيضاً على تقارير لجنة الاحتكارات والإندماجات فيجادل البعض، بأن اللجنة كانت متحررة لأقصى حد في معاملاتها الخاصة بأرباح الاحتكار. فقد وجد سوثرلاند Sutherland (1970) مثلاً في دراسته عن تقارير الاحتكار في الستينيات، أن على المنشأة أن تحقق أرباحاً عالية بالنسبة للمنشآت الكبيرة بالصناعات التحويلية حتى تثير اهتمام لجنة الاحتكارات والإندماجات. ويمكن عمل تعليقات مماثلة حول تقارير أكثر حداثة. فمثلاً في التقرير الخاص بغذاء الحيوانات المنزلية (1977) وجدت اللجنة أن المنشأة السائدة، «بديجري بتفودز»، والتي يبلغ نصيبها السوقي (50%)، قد حققت معدل عائد على رأس مال على أساس التكلفة التاريخية يبلغ (47%) كمتوسط للفترة (1972 - 1950) مقارنة بمتوسط العائد في قطاع الصناعة التحويلية والبالغ (16%) خلال نفس الفترة، ومع ذلك ادعت المنشأة بأن هذا العائد يعكس كفاءتها العالية، خاصة سياستها المالية المحكمة. وفي غياب الدليل على الممارسات المناهضة للمنافسة كانت اللجنة مستعدة لقبول معدل الربح هذا كمعدل معقول. وعلاوة على ذلك، ففي تقرير شرائح الغلال للإفطار (1973)، وعلى الرغم من أن اللجنة قد اعتبرت معدل الربح (70%) للفترة (1966 - 1962) (مرة ثانية على أساس التكلفة التاريخية) كمعدل مرتفع، فإنها قد اعتبرت المعدل الأقل والذي بلغ (46%) كمتوسط للفترة (1971 - 1961) كمعدل مقبول.

وتوضح هاتان الحالتان إلى أي مدى تكون اللجنة مستعدة للسماح بمعدلات العائد فوق المتوسطة في الصناعات المحتكرة. وقد حاججت كل من المنشأتين السابق الإشارة إليهما بأن مقارنة ربحيتهما بالمتوسط العام للربح بقطاع الصناعات التحويلية يعتبر أمراً غير عادل، لأن متوسط الربحية كان منخفضاً لدرجة غير مقبولة في القطاع ككل. وقد فضلت هذه المنشآت

مقارنة أرباحها بأرباح المنشآت الأكثر قدرة على الربح والتي قد يكون لها ميزات القوة الاحتكارية.

وبالإمكان أيضاً انتقاد قبول لجنة الاحتكارات والإندماجات للتفوق في الكفاءة كمبرر لارتفاع الأسعار والأربح. فمن الناحية النظرية، وبينما يجب دعم كفاءة المنشآت، فإن مكاسب الرفاهية (وبخاصة، المكاسب للمستهلكين) تنشأ إذا ما كانت المنشآت مقيدة في قدرتها على استغلال قوتها الاحتكارية بوضع أسعار مرتفعة (بالنسبة للتكاليف الحدية). ويمكن إقامة الحجة المضادة لهذا الرأي وهي أن السماح للمنشآت بالحصول على ريع المحتكر المترتب على مواقفهم المتميزة يعطي الحافز على زيادة الكفاءة. فالقضية ليست واضحة تماماً، بل ويمكن القول بأن لجنة الاحتكارات والإندماجات قد استبعدت من نطاق مسؤولياتها مصدراً مهماً للفقد في الرفاهية بسبب الاحتكار، وذلك بعدم حتى اعتبار إمكانية الحد من زيادة الأسعار والأرباح في مثل هذه الحالات، عن طريق الإهمال.

وأخيراً ـ دعنا ننظر في فاعلية السياسة البريطانية للإحتكار. على الرغم من السلطة الواسعة لوزير التجارة في إصدار الأوامر، بما في ذلك من سلطة على تقسيم المنشآت القائمة، فقد سعت الحكومة في الواقع إلى محاولة التفاوض على التغيرات الاختيارية في سلوك المنشآت أو تخفيضات السعر بواسطة المنشآت المعينة. ولم يستخدم التجريد أو المصادرة من الأسهم أو الأصول إلا نادراً. وقد حدا ذلك بعض المعلقين إلى القول بأن السياسة البريطانية لا تتعدى تقديم علاجات للمشاكل دون مهاجمة السبب الجذري للنتائج الضارة التي تضمنتها التقارير، وهو الهيكل الاحتكاري للسوق[5]. وفي مقابل هذا (ومن المدهش إلى حد ما)، يرى التقرير الأخضر لعام (1978) أن المحتكرين يتصرفون بمسؤولية وأن التهديد بالتعرض لتحقيقات لجنة الاحتكارات والإندماجات كان له تأثير مانع ومهم على ممارسة القوة الاحتكارية (التقرير الأخضر 1978، ص 3-3).

إلا أن مثل هذا الرأي قد يكون عرضة للتساؤل. ففي المقام الأول،

نجد أن عدد التحقيقات التي يمكن أن تقوم بها اللجنة محدودة، وعليه فليس من المحتمل أن يمثل التهديد بالتحقيق خطراً كبيراً على الأعمال. ومن جهة أخرى، قد يجادل آخرون بأن هناك بعض الضغوط الأخلاقية التي تحد من ممارسة القوة الاحتكارية، إذا ما عرف أن السوق تحت مراجعة مكتب التجارة النزيهة وإن إمكانية التحقيق في الاحتكار قائمة.

ولا يمكن أخذ وجهة النظر القائلة بأن المحتكرين والقلة المحتكرة لا يمارسون قوتهم الاحتكارية كأمر مسلم به بصورة عامة. ومن الغريب، ما نقله التقرير الأخضر لعام (1978) عن التقرير العام للجنة الاحتكارات والإندماجات عن التسعير المتوازي (لجنة الاحتكارات 1973 b)، من اقتراحه بأن من المحتمل أن يكون سلوك التسعير المنسق سمة واسعة الانتشار وخاصة لأسواق احتكار القلة (التقرير الأخضر، 1978، ص 72).

وهناك مشكلات عملية هامة مرتبطة باستخدام العلاجات غير الهيكلية لما تجده اللجنة من سلبيات. فإلى جانب عدم نجاح العلاجات القائمة على التفاوض في بعض الحالات في تحقيق توصيات اللجنة، فهناك أيضاً مشكلة متابعة ومراقبة سلوك المنشأة وأدائها لضمان عدم استعانتها بأساليب بديلة لمقاومة ما ترمي إليه اللجنة. ويمكن القول بأن هناك احتمالاً ضعيفاً لأن يحال السوق للمرة الثانية لتحقيق اللجنة، وعليه لا يبقى في طريق هذا الإجراء إلا الضغط الأخلاقي من جانب مكتب التجارة النزيهة. وعلاوة على ذلك، ففي حالة التوصية بخفض السعر وقبول هذه التوصية، فمن المحتمل أن تؤدي هذه المعالجات فقط إلى مكاسب في المدى القصير ولا يحتمل أن تولد الزيادة في المنافسة، وهو الأمر المرغوب من وجهة النظر طويلة الأجل. وفي الحقيقة، وكما يؤكد تقرير اللجنة عن التسعير المتوازي، فمن الصعب جداً أن تقود منشآت احتكار القلة التي درجت على تنسيق جهودها لأن تتنافس إذا لم يوافقوا هم على ذلك. وفي مثل هذه الظروف وخاصة في حالة المنشأة السائدة، يبدو أن إجراء أكثر شدة سيكون مطلوباً للقضاء على مواقف الاحتكار أو احتكار القلة.

وكما سيأتي في القسم (12-2-2)، ففي دراسة الإندماج أو التملغم (amalgamation) (بمعنى المزج) بين منشأتين، يجب الموازنة بين الكسب في الكفاءة الناتج عن الإندماج وتكاليف القوة السوقية الناتجة، حتى يمكن تقرير ما إذا كان هذا الإندماج سيسمح بقيامه. ومن حيث المبدأ، يمكن الاعتماد على حساب مماثل لتقرير ما إذا كان من الواجب القضاء على احتكار قائم - وبينما تم استخدام سياسة حل الاحتكارات وإلى حد ما في الولايات المتحدة (خاصة في السنوات الأولى للسياسة الأمريكية - ارجع إلى سكيدر 1980، الفصل 20)، لم يتم استخدامها الا نادراً في بريطانيا. ولكن حديثاً أصبحت هناك حركة في هذا الإتجاه (في حالات معارض الغاز البريطانية في 1980 والملصوقات البريطانية المحدودة في 1981)[6]. ولم يعرف بعد ما إذا كان ذلك يمثل تغيراً في اتجاه سياسة هيكلية أكثر انفتاحاً.

(12-2) سياسة الإندماج: Merger Policy:

يعبر الإندماج أو الاستحواذ عن اندماج منشأتين مستقلتين أو أكثر تحت إدارة موحدة، وينقسمك إلى اندماج أفقي، واندماج رأسي، وتجمع اندماجي. ونتعامل في هذا المبحث أساساً مع الشكل الأول، حيث يتم الإندماج بين منشأتين أو أكثر تنتج سلعاً متنافسة أو بديلة، وسنتعرض بإيجاز كذلك للأشكال الأخرى للإندماج فيما يلي.

نبدأ نقاشنا بدراسة حجم المشكلة كما تعكسها بيانات بريطانيا عن نشاط الإندماج. ونتناول في القسم (12-2-2) إطار تحليل التكاليف - والمكاسب للإندماج الأفقي. وأخيراً - نقارن ونقابل مناهج السياسة الأمريكية والبريطانية، وننظر بصفة خاصة في كيفية تطوير السياسة البريطانية الخاصة بالإندماج الأفقي[7].

(12-2-1) نشاط الإندماج في بريطانيا: Merger Activity in the UK:

يقدم الجدول (12-1) أدلة على الاتجاهات الزمنية للإندماج الحديث.

ويوضح عدد الإندماجات والتعويضات المدفوعة في الإندماجات الصناعية والتجارية في الفترة (1983 - 1973). وبالنسبة لعدد الإندماجات، تبرز السنوات (1956، و 1972، و 1973) بـ (1000) أو أكثر من الإندماجات في السنة. وبالنسبة للتعويضات الحقيقية المرفوعة، وكما يوضح المؤشر المحسوب في العمود الأخير، تبرز السنوات (**1978** و 1972) لاحتوائها على ثلاثة أضعف ونصف نشاط الإندماج في سنة (1963)[8]. وهناك بالطبع اختلاف كبير في نشاط الإندماج من سنة إلى أخرى، ولكن، وباستثناء السنوات (1975 و 1976)، تدل الأرقام على وجود قدر هائل من نشاط الإندماج في القطاعات الصناعية والتجارية البريطانية. ويعطي الجدول (2-12) بعض الفكرة عن تقسيم الإندماجات إلى أشكالها المختلفة.

وقد تم فحص الإندماجات المقترحة ومنذ (1965) بواسطة هيئة الإندماجات تهيأة لتحويلها إلى لجنة الاحتكارات والإندماجات. وقد كان هذا الفحص يتم أصلاً عندما تحول أصول قيمتها خمسة ملايين جنيه أو أكثر أو إذا ما كان نصيب المنشأة المندمجة ثلث المعروض من السلعة أو الخدمة.

وقد زيد الرقم السابق إلى (15)، ثم غير إلى (25%) من حجم السوق وذلك بمرسوم التجارة النزيهة لعام (1973)، ويبين الجدول (2-12) تصنيف النسب المئوية لقيمة الأصول المكتسبة إلى اندماج أفقي، ورأسي، وتجمعي وذلك لجميع حالات الإندماج التي تم التحقيق فيها بواسطة هيئة الإندماجات في الفترة (1873-1965). وعلى الرغم من أن هذا التصنيف يعتبر عفوياً إلى حد ما، فإنه يدل على أن حوالي ثلاثة أرباع الإندماجات التي تمت خلال هذه الفترة (بلغت فيها قيمة الأصول المكتسبة 154 مليون جنيه) قد أخذت شكل الإندماج الأفقي. وهناك بعض الأدلة على التحول تجاه الإندماج التجمعي في أعقاب عام (1970)، ومع ذلك بقي الإندماج الأفقي أكثر أشكال الإندماج أهمية حتى في السبعينيات. وعلى الرغم من انحياز هذه الأرقام في اتجاه الإندماج الأفقي (حيث أن النصيب السوقي هو معيار التحري)، فيجب

جدول رقم (12-1): الإتجاهات الزمنية لاندماج المنشآت والصناعات في بريطانيا، 1963 - 1983.

السنة	عدد الإندماجات	التعويض للمنشأة المباعة	مؤشرة ᵃ الأسهم العادية
1963	888	352	100 ᵃ
1964	940	505	134
1965	1000	517	146
1966	807	500	140
1967	763	822	216
1968	946	1946	362
1969[b]	907	935	176
1969[b]	846	1069	210
1970	793	122	238
1971	884	911	164
1972	1210	2532	357
1973	1205	1304	213
1974	504	508	141
1975	215	291	64
1976	353	427	79
1977	482	812	117
1978	567	1140	-
1979	534	1656	-
1980	469	1975	-
1981	452	1144	-
1982	463	2206	-
1983	447	2343	-

المصدر: التقرير الأخضر (1978، ملحق D)، ومكتب إحصاءات الأعمال، «موجة الأعمال MQ 7» جدول رقم (1).

ملاحظات:

(a) التعويضات بملايين الجنيهات بالأسعار الجارية المعدلة بمؤشر الأسهم العادية، كما جاء، بالتقرير الأخضر لعام (1979) (غير متوفر للسنوات 1978 - 1983).

(b) مبني على حسابات المنشأة في الفترة السابقة لعام (1970)، وعلى النشرات المالية ومصادر أخرى منذ عام (1969).

أن يكون واضحاً أن الإندماجات الأفقية هي العامل الرئيسي في نشاط الإندماج الحالي، وهي محور اهتمامنا فيما يلي.

(12-2-2) الإندماجات الأفقية ـ في إطار الرفاهية:
Horizontal Mergers A Welfare Fram:

يمكن مناقشة موضوع السياسة العامة الملائمة للتعامل مع الإندماجات الأفقية من خلال الإطار الذي اقترحه وليامزسون (1968 a، ارجع أيضاً إلى وليامزسون 1977). فإذا كان تأثير الإندماج الأفقي وببساطة هو زيادة القوة السوقية للمنشآت المندمجة، مما يمكنها من زيادة الأسعار والأرباح، إذا فهناك دعوى جاهزة ضد الإندماج. ولكن، يصبح الوضع غير واضح تماماً إذا ما نتج عن الإندماج بعض المنافع الاجتماعية، ويقتضي ذلك الموازنة بين التكاليف والمنافع الاجتماعية للإندماج. وقد ركز وليامزسون الإنتباه بصورة خاصة على اقتصاديات السعة أو الوفورات التكاليفية في دفاعه عن الإندماجات الأفقية، وسوف نبدأ بدراسة ما أسماه بنموذج التبادل البسيط (naive model) الذي يتضمن هذا التأثير.

لنفرض وللتبسيط سوقاً تنافسية بتكاليف ثابتة (AC)، وطلب السوق (D)، كما هو موضح بالشكل (12-1). في توازن المنافسة يكون السعر (P_1) مساوياً لكل من التكلفة الحدية وتكلفة الوحدة، ويكون إنتاج المنافسة هو (X_1). لنفرض الآن أن سلسلة من الإندماجات قد حدثت، نتج عنها انخفاض حقيقي في التكاليف إلى (AC_2). ويمكن أن تنشأ هذه الوفورات في التكاليف مثلاً، بسبب ترشيد الإنتاج واستغلال اقتصاديات الحجم، و/أو وضع حجم أكبر من الموارد تحت سيطرة إدارة أكفأ. إذا استمرت المنشأة المندمجة في تحصيل السعر (P_1) أو سعر أقل فلن يتضرر المستهلكون وسيكون هناك وفر في الموارد المستخدمة في إنتاج (X_1) مساوٍ للمساحة (P_1 C g e) وعلى ذلك يكون الإندماج قطعاً مفيداً.

ولكن، لنفرض أن السعر بعد الإندماج قد زاد إلى (P_2) أكبر من (p_1).

الجدول رقم (12-2): الإندماجات الأفقية والرأسية والتجمعية التي حققت فيها هيئة الإندماجات في الفترة 1965 - 1983.

السنة	أفقي (٪)	رأسي (٪)	تجمعي (٪)	القيمة الكلية (مليون جنيه)
1965	84	9	7	1;125
1966	85	8	7	998
1967	92	4	4	2,273
1968	91	2	7	8,499
1969	91	0	9	3,714
1970	78	0	22	2,596
1971	66	4	30	1,687
1972	40	10	50	3,687
1973	76	2	22	4,878
1974	65	2	33	7,621
1975	77	4	19	5,786
1976	66	7	27	4,123
1977	57	11	32	4,676
1978	67	10	23	11,999
1979	68	4	28	13,140
1980	68	1	31	22,289
1981	71	2	27	43,597
1982	64	4	32	25.939
1983	73	1	26	45,495
1965 - 1983	72	4	23	214,024

المصدر: التقرير الأخضر (1978، ملحق D)، والتقرير السنوي للمدير العام للتجارة النزيهة، 1983 ص 91 - 89.

ملاحظات:

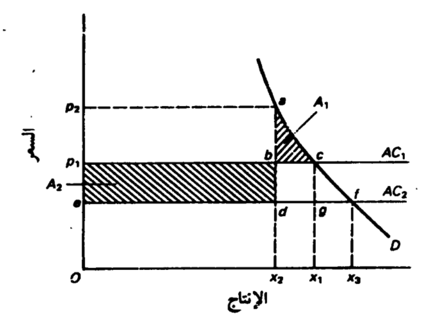
(a) النسبة المئوية من الإندماجات المقترحة مأخوذة حسب قيمة الأصول التي تحت حيازتها وفقاً لدراسة لجنة الاحتكارات (1983 - 1956).

(b) الأرقام لسنة (1980) وما بعدها لا يحبذ مقارنتها بأرقام السنوات السابقة لها وذلك يرجع للزيادة في معيار الأصول في (1980). إلا أن الفروق ليست جوهرية.

فإن الإنتاج ينخفض إلى (X_2) وكذلك ينقص فائض المستهلك بمقدار المساحة ($P_2\ a\ c\ p_1$). وإذا ما اعتبرنا تحويل الدخل من المستهلك إلى المنتج ذا تأثير محايد، فإن الفقد الصافي في الرفاهية هو المساحة abc (A_1). ولكن، في مقابل ذلك هناك وفر في تكلفة إنتاج (X_2) مساوٍ للمساحة (P_1 b d e) (المساحة (A_2)). ومقارنة بالوضع تحت المنافسة، هذا الوفر يمثل موارد نادرة محررة ويمكن استخدامها في إنتاج بديل. وعليه يكون الكسب الاجتماعي الصافي المترتب على الإندماج هو الفرق بين (A_2) و (A_1). وكما أشار وليامزسون، قد يكون الفرق موجباً في حالة الوفر الصغير في التكاليف الناتجة عن الإندماج. فمثلاً، إذا كانت مرونة طلب السوق مساوية لـ (2)، فإن زيادة السعر بنسبة (10%) يقابلها (1-2%) وفر في التكاليف، بينما زيادة السعر بنسبة (20%) يقابلها (5-8%) وفر في التكاليف[9]. وعليه فحتى الوفر القليل في التكاليف قد يقدم دفاعاً هاماً عن الإندماجات الرأسية.

وهناك العديد من النقاط الواجب مراعاتها عن هذا النموذج:

أولاً - هذه الحجة تقوم على أساس حياد تأثير تحول الدخل

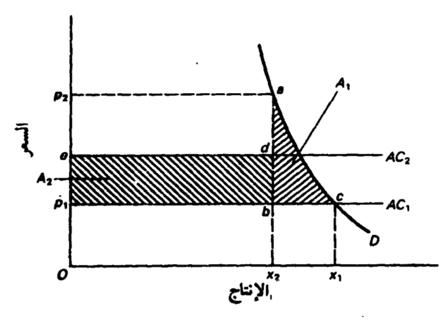


شكل رقم (12-1)

(المنفعة)، (P_2 a b p_1) من المستهلكين إلى المنتجين. إذا أهمل هذا الفرض واعتبرنا أن فقد المستهلكين له وزن أكبر، فسوف يزيد ذلك من التكلفة الاجتماعية للإندماج، وذلك يتطلب مزيداً من الوفورات التكاليفية لكي يكون الإندماج مفيداً اجتماعياً. فمثلاً، إذا استخدمنا أوزاناً بنسبة (1-2) لصالح المستهلكين فإن ذلك يتطلب وفراً في التكاليف بنسبة 5.9%، و 14.0% على التوالي لمعادلة زيادة قدرها 10%، و 20% في المثال السابق[10]. وتتضح أهمية هذا العامل في الشكل رقم (12-1) وذلك بمقارنة المساحة (P_2 a b P_1) والمساحة (a b c). ويمكن القول بأن موضوع عدالة التوزي يعد أوسع حقيقة من دراسة توزيعات الدخل في سوق معينة. وبناء على ذلك، فعند تقويم حالة اندماج معينة قد يكون من الأفضل وضع هذه القضايا جانباً، على أساس أنه وعلى الأقل من ناحية المبدأ، يمكن تحقيق إعادة توزيع الدخل عن طريق السياسات الضريبية المناسبة.

ثانياً ـ وحتى لو نتج عن الإندماج منافع صافية، فإنه لا يمثل الحل الأمثل، فمن حيث المبدأ يمكن للمستهلكين رشوة المنشأة المندمجة لكي تنتج (X_3) عند سعر مساوي (AC_2)، بأن يدفعوا للمنشأة مقداراً مساوياً لأرباح المحتكر ممثلة بالمساحة (P_2 a d e)، وتكون المنفعة الإجمالية للمستهلكين من هذا هي المساحة (P_2 a F e)، وصافي منفعة المستهلك هي المساحة (a d F). وعليه تقيس المساحة (a d F) التكلفة للمجتمع لسياسة الإندماج المتساهلة مقارنة بالحل الأمثل للسعر عند أقل تكلفة حدية. ولكن قبل أن نتمكن من القول بأن منهج وليامزسون للتبادل بين التكاليف والمكاسب غير صالح، يجب علينا أن ندرس الجدوى من والرغبة في تقديم سياسات مثل تنظيم الأسعار بالقوانين أو التأميم لضمان الحل الأمثل. وضمن أشياء عديدة قد يرى البعض أن الصناعات المؤممة قد تعاني من التدخل السياسي و/أو عدم القدرة على اجتذاب أفضل المديرين، وبالتالي قد لا يتحقق خفض التكاليف إلى (AC_2). وهذا الموضوع خارج عن نطاق اهتمام هذا الكتاب، ونقصر اهتمامنا في هذا الفصل على سياسات الإندماج الأقل تطرفاً.

وبالطبع تستند حجة وليامزسون على افتراض أن الإندماجات تؤدي إلي وفورات في التكاليف. إلا أن العديد من الكتاب وخاصة ليبنستين Leibenstein[11]، قد جادلوا بأن التكاليف قد تزيد بعد الإندماج بسبب غياب ضغوط المنافسة. وقد استحدث ليبنستين المصطلح «اكس عدم الكفاءة (X-inefficiency) ليميز هذا التأثير وقد أكد على أهميته بالنسبة للرفاهية الاقتصادية. ويصور الشكل (12-2) هذه الحجة، حيث أن السعر التنافسي أساساً عند (P_1)، والإنتاج هو (X_1). ولكن بعد الإندماج، زاد السعر إلى (P_2) وزادت التكاليف إلى (AC_2). وفي غياب زيادة التكاليف، تؤدي زيادة السعر الناتجة عن الإندماج إلى نقص في فائض المستهلك بالمساحة ($P_2\ a\ c\ P_1$)، منها المساحة ($P_2\ a\ b\ P_1$) هي الرفاهية المحولة إلى المنتجين، وتبقى المساحة (a b c) أو (A) وتمثل صافي الفقد في الرفاهية. ولكن، بسبب الزيادة في التكاليف يحصل المنتجون على المساحة ($P_2\ a\ d\ e$) كربح. فإذا فرضنا أن الزيادة في التكاليف تمثل ضياعاً للموارد (للتبسيط)، كان من الواجب إضافة المساحة ($P_1\ b\ d\ e$) أي (A_2) إلى الفقد في الرفاهية. وعليه، نجد أن كلًا من الزيادة في السعر والزيادة في التكاليف تسهم في نقص الرفاهية الاجتماعية وأن الإندمج ودون أي شك يعتبر ضاراً.



شكل رقم (12-2)

إلا أن من الواجبِ تعديل الحجة السابقة وذلك فيما إذا كـان بعض الأفراد يحققون منافع من زيادة التكاليف (باريش و ان جي، 1972). فمثلاً، إذا زادت التكاليف بسبب انتقال بعض أرباح الاحتكار إلى العمال في شكل معدلات أجور أعلى (ولم يترتب على ذلك أي آثار على السعر)، فلن تمثل المساحة (A_2) موارد ضائعة بل مجرد دخل محول. ومرة ثانية، إذا جاءت الزيادة في التكاليف كنتيجة لقرار واعٍ متعمد من المديرين و/أو من العمال لتحسين ظروف العمل، فلا بد أن تؤخذ قيمة هذه المنافـع في الحسبان. وعلى عكس ذلك، فإن الزيادة في التكاليف الناتجة عن تناقص في التحكم الإداري، أو التباطؤ (Slack) وعدم الكفاءة الفنية، تكون أقل احتمالاً لأن تولد منافع كبيرة. وباختصار فليس من المحتمل أن تعتبر المساحة (A_2) كلها في الشكل (12-2) كرفاهية مفقودة، بل وسيعتمد الجزء الذي يمكن اعتباره كذلك على الظروف المحيطة بالزيادة في التكاليف في كل حالة. ومع ذلك، فلا تزال الحجة القائلة بأن الإندماج الذي يؤدي إلى زيادة التكاليف ينطوي على فقد صاف في رفاهية المجتمع، حجة صحيحة.

ويعتبر نموذج ويليامزسون البسيط نموذجاً نافعـاً كأداة تعليميـة، ولكن هناك عدة عوامل يجب أخـذها في الاعتبـار عند تنـاول أي سياسـة معينة للإندماج.

أولاً - من الضروري تقويم التكاليف والمنافع لكل انـدماج، وذلـك للوقوف على ما أسماه ويليامزسون تأثير الترجيح وتأثير البدء. وتتعلق بالآثار الجانبية للإندماج في السوق المعنية. وعليه، فقد يدفع الإندماج بين منشأتين في السوق، بالمنشأة المندمجة، وكذلـك المنشآت الأخـرى لرفـع السعر. وبالتالي، فمن الواجب عند تقويم التكاليف والمنافع الناتجة عن الإندماج أن يؤخذ هذا التأثير (التوضيح) على السعر في الاعتبار بالطريقة الملائمة. أما التأثير الإبتدائي، فيتعلق بإمكانية أن يكون الإندماج موضع البحث جزءاً من سلسلة من الإندماجات بالصناعة. فلا يمكن في هذه الحالة اعتبار اندماج واحد بمعزل عن باقي الإندماجات، بل ويجب تقويم التكاليف والمكاسب

الناجمة عن جميع الإندماجات. فمثلاً، قد يتحقق وفر في التكاليف في أحد الإندماجات، مما يجعله يبدو نافعاً، بينما لا يتحقق مثل هذا الوفر في باقي الإندماجات وبالتالي تكون الإندماجات في مجموعها غير نافعة. فإذا كانت التكاليف والمنافع الخاصة بكل اندماج على حدة صعبة التنبؤ بها و/أو إذا كانت تكلفة التحري عالية (كما هو متوقع)، فسوف يكون تقويم كل اندماج على حدة غير ممكن، ولا بد من القيام بتحليل التكاليف والمنافع للصناعة ككل.

ثانياً - من الواجب اعتبار الآثار الجانبية للإندماجات في الصناعات الأخرى، وقد لاحظنا بالفعل في الفصل العاشر أن اعتبارات التوازن العام قد تكون مهمة، ولا نحتاج الوقوف عليها مرة ثانية هنا. ويكفي أن نقول بأن من الواجب دراسة تأثير الإندماج على المنتجات قريبة الصلة عندما يكون ذلك مناسباً. وبالطبع أيضاً، فمن المحتمل من ناحية عملية أن تتضمن الإندماجات الأفقية بين المنشآت الرئيسية قدراً هائلاً من الإلتحام مع الأعمال المساعدة للمنتج الأساسي تحت البحث. ومن المفروض في هذه الحالة أن تؤخذ التكاليف والمنافع المرتبطة بهذه الأعمال في الحسبان.

ثالثاً - من الضروري أيضاً أن يؤخذ في الاعتبار كيفية معاملة عنصر الزمن في تقويم الإندماج. فقد يكون الإندماج الأفقي هو الطريقة السريعة لتحقيق وفورات التكاليف، ولكن يبقى التساؤل قائماً عما إذا كانت هذه الوفورات كانت سوف تتحقق في النهاية، وبأي طريقة في غياب الإندماجات، وإذا كان الأمر كذلك فهل الأفضل تحقيقها عن طريق الاندماج أو عن طريق المنافسة. هذه المجادلات توحي بضرورة دراسة تدفقات التكاليف والمنافع التي تنشأ عن الإندماج عبر الزمن، وتتطلب هذه عمل بعض الفروض الخاصة بتأثيرات الوفورات التكاليفية والقوة السوقية الناجمة عن التوسع الداخلي عبر الزمن.

لننظر في مثال مبسط (ارجع إلى روس، 1968، وأيضاً وليامزسون 1968 b). وفيه تستطيع المنشآت عن طريق التوسع الداخلي في سوق نامية

أن تخفض التكاليف والسعر إلى (AC_2) في الشكل (12-1). وفي هذه الحالة، يكون الفرق بين المساحة (A_2) و (A_1) هو صافي المنفعة الاجتماعية الأولية الناتجة عن الإندماج. ولكن المساحة الممثلة لوفورات التكاليف تتناقص عبر الزمن، وتزيد المساحة الممثلة لصافي الفقد في الرفاهية بالنسبة لما يكون عليه الحال تحت المنافسة. بيانياً (وبعيداً عن النمو في طلب السوق)، تتناقص المساحة (P_1 b d e) إلى الصفر عندما تحقق المنشآت التنافسية وفورات تكاليفية. وتزيد المساحة (A b c) إلى (A d F) عندما يصبح تقييد الإنتاج أكثر حدة. فإذا كان [S (t)] هو الوفر في التكاليف في الزمن (t)، و [L (o)] هو الفقد الأولى الثابت، و [L (t)] هو الفقد الإضافي اللاحق، فإن القيمة الحالية للمنفعة الاجتماعية الصافية الناتجة عن الإندماج هي:

$$V = \int_{O}^{T} [S(t) - L(O) - L(t)] e^{-rt} dt \qquad (12\text{-}1)$$

حيث أن (r) هو معدل الخصم للمجتمع. وفي هذه الصيغة، تتناقص الوفورات التكاليفية عبر الزمن، بينما يتزايد صافي الفقد في الرفاهية [L (t)]. ومن الواضح هنا، إن من الممكن تحت هذه الظروف أن تصبح (V) سالبة القيمة، ويعني هذا أن من الأفضل منع الإندماج والسماح للعملية التنافسية العادية للعمل على ضمان المنافع الاجتماعية.

وفي إطار أعم لا بد من السماح بتعقيدات أكثر، مثل إحتمال أن تأخذ الوفورات التكاليفية الناتجة عن الإندماج بعض الوقت حتى تظهر، وأن المنافسة والتوسع الداخلي قد يؤديان إلى زيادة القوة السوقية في غياب الإندماج. ومن الواضح أن العامل الأول من المحتمل أن ينقص من منفعة الإندماج، بينما يحتمل أن يزيدها العامل الثاني. ولذلك فيجب عند التحليل الكلي للتكاليف والمنافع الناجمة عن الإندماج أن تأخذ في الاعتبار التدفقات المتوقعة من التكاليف والمنافع عبر الزمن، بالنسبة لنمط الأحداث المتوقعة، إذا ما منع الإندماج، وهي مهمة صعبة بلا شك. ويجب أن نتذكر في مثل هذا التحليل أيضاً أنه، إذا أقدمت المنشأة المندمجة على تقييد

الإنتاج وزيادة السعر، فقد يغري ذلك منافسين جدداً على دخول الصناعة مما يضعف من تأثيرات الاحتكار. ولذا فمن الضروري دراسة تهديد المنافسة المتوقعة، وارتفاع عوائق الدخول في الصناعة عند تقويم الآثار المحتملة للإندماج.

فأي سياسة عملية للإندماج مبنية على التكاليف ـ والمنافع، مقيدة بجدول زمني لاتخاذ القرارات وبعدم دقة التوقعات الخاصة بالأحداث المستقبلية، لا بد وأن تكون بمثابة البديل الأمثل الثاني (Second - best) لتحليل وليامز سون. وفي القسم التالي نتناول سياسة الإندماج البريطانية، وهي على خلاف مثيلتها في الولايات المتحدة، تحاول استخدام تقويماً للتكاليف والمنافع للتحكم في الإندماج.

(12-2-3) سياسة الاندماج البريطانية: UK Merger Policy:

تقوم سياسة الاندماج البريطانية على الأداء السوقي، حيث تعتمد على تقويم التكاليف والمنافع الاجتماعية المحتملة، وليس على اعتبارات هيكل السوق في حكمها على الإندماج. وتتفرع السياسة الحالية من مرسوم الاحتكارات والإندماجات لعام (1965)، كما جاء تفصلياً بمرسوم التجارة النزيهة. وقد منحت لجنة الاحتكارات الصلاحية للتحقيق في حالات الاحتكار في فترة ما قبل (1965)، وفقاً لتوجيه وزير التجارة المختص. لكنها لم تحقق في الإندماجات التي قد تتسبب أو تزيد من مثل هذه الاحتكارات. وقد صحح ذلك في مرسوم 1965، حيث سمح للجنة بالتحري في حالات الإندماجات إذا ما نشأ احتكار قانوني أو زاد، أو إذا بلغت قيمة الأصول المحولة بالإندماج خمسة ملايين جنيه أو أكثر (زيدت إلى 5/ مليون في 1980). وقد جاء مرسوم (1973)، الذي أنشأ مكتب التجارة النزيهة ليقوم بالإشراف على السياسة البريطانية للمنافشة. وقد جاء ليمدد السياسة بإعادة تعريف الاحتكار القانوني بأنه الوضع الذي تسيطر فيه المنشأة على ربع (بدلاً من ثلث) عرض السوق. ويمكن لوزير التجارة في ظل هذه السياسة أن

يحيل الاندماج المقترح إلى لجنة الاحتكارات والإندماجات، والتي يطلب منها أن تقرر (عادة خلال ستة أشهر) ما إذا كان من المتوقع أن يعمل الإندماج ضد الصالح العام، كما عرف بصورة عامة في مرسوم (1973). وقد يؤدي التقرير (في غير صالح الإندماج) بوزير التجارة لإصدار أمر بمنع إتمام الإندماج. وتنطوي السياسة على اعتقاد مسبق بأن من المتوقع أن تخدم معظم الإندماجات الصالح العام، ولكنها تقدم الآلية اللازمة لتحري القلة من الحالات التي قد لا تكون كذلك. وقد ظهر ذلك من الأرقام الخاصة بالفترة (1965-1977)، مثلاً (ارجع إلى التقرير الأخضر 1978)، الذي يوضح أن من بين الـ 1500 اندماج التي استوفت متطلبات التشريع، احيلت منها 43 حالة (إلى أقل من 3%) إلى لجنة الاحتكارات والإندماجات 6% منها إما تم التخلي عنها أو كتبت عنها اللجنة تقارير إدانته.

وتتسم السياسة الأمريكية ببعض الاختلافات المثيرة.

أولاً ـ تقوم السياسة الأمريكية التي يعود تاريخها إلى مرسوم شيرمان لعام (1890)، ومرسوم كليتون لعام (1914)، على أساس الاعتبارات الهيكلية بدلاً عن اعتبارات الأداء. ويعكس ذلك المنهج العام لسياسة عدم الأمانة بالولايات المتحدة، والتي تهدف إلى حماية الاقتصاد التنافسي (في إطار هيكلي) وأن تمنع قيام الاحتكار. والنظام الأمريكي يعتبر أيضاً قضائياً، حيث تقوم كل من وزارة العدل واللجنة الحكومية للتجارة بمحاكمة المنشآت تحت القانون في المحاكم العادية، وعلى هذا فالقوانين والقرارات يتم إعدادها فعلاً بواسطة محكمة عليا. وبالنسبة للإندماجات، فإن السياسة الأمريكية تتفرع من مرسوم سيلر ـ كيفوفر لعام (1950) والذي عدل مرسوم كليتون وحول السياسة الأمريكية من حالة عدم الكفاءة التي اتسمت بها لتصبح أقوى سياسة للإندماج في أي من الدول.

وقد اتضحت قوة وطبيعة السياسة الأمريكية في دليل وزارة العدل عن المحاكمات تحت المرسوم الصادر في (1982). ومع مراعاة أن السوق في الولايات المتحدة قد يعرف بمساحة جغرافية صغيرة نسبياً، فإن ذلك يوفر

ميزاناً دقيقاً للتأثيرات الهيكلية للإندماجات (مبنياً على مؤشر هيرفندال للتركيز) والذي تتم تحته عادة المقاضاة في المحاكم. ويميز هذا الدليل بين الأسواق غير المركزة بعد الإندماج (بمؤشر هيرفنذال، (H) أقل من 1000) والصناعات ذات التركيز المعتدل (بقيمة (H) ما بين 1800 - 1000) وصناعات عالية التركيز [(H) لها تزيد عن 1800[12]. وغالباً ما يعترض على الإندماج في المجموعة الأخيرة، خاصة إذا كانت الزيادة في هيرفندال تزيد على 100، ومن الممكن كذلك إذا كانت الزيادة أكثر من 50. وتحدث الزيادة في هيرفندال القريبة من 100، مثلاً إذا استحوذت منشأة لها 10% من السوق على منشأة لها 5%، أو إذا استحوذت منشأة لها 25% على منشأة لها 2% من السوق. وتعد هذه الأدلة أضعف من أدلة (1968) السابقة والصادرة عن وزار العدل، ولكن الفرق ليس كبيراً (توليسون، 1983).

وقد كانت سياسة الاندماج الأمريكية صارمة بدرجة ملحوظة بالنسبة للإندماج الأفقي. ويمكن التدليل على ذلك بحالة من الستينيات (أوردها سكيرر، 1980، ص 550)، حيث حكمت المحكمة العليا في (1966) بأغلبية الأصوات (2-6) أن قيام منشأة فون (Von) للأغذية ولها حينئذ 4.7% من سوق لوس انجليس لتجارة التجزئة، بشراء منشأة شوبنج باج Shopping Bag Food Stores ولها 2.8% من السوق قد أسهمت بطريقة غير قانونية في تقليل المنافسة في هذا السوق. هذا الحكم وكثير غيره منذ (1950) قد يعني ويغض النظر عن الحالات التي تظهر من وقت لآخر بأنه لم تتم حالات دمج أفقي كثيرة في الولايات المتحدة. وقد دلت الأحكام الصادرة عن المحاكم بصفة خاصة بأن عدم الشرعية يجب أن يحدد على أسس هيكلية وألا تستخدم الاقتصاديات الممكنة كدفاع في حالات عدم الأمانة.

وبالإضافة إلى السيطرة على الإندماج الأفقي، فقد أفسحت التشريعات البريطانية والأمريكية المجال للسيطرة على الإندماج الرأسي والتجمعي. ويمكن في بريطانيا خاصة ضبط هذه الحالات بواسطة معيار الأصول (assets Critertion) وقد تم التحقيق في عدد محدود من هذه الحالات ويمكن ضبط

مثل هذه الحالات من الاندماج في الولايات المتحدة إذا ما أمكن إثبات إنها ستقلل من المنافسة أو تساعد على خلق الاحتكار. وقد كانت بعض المحاكمات الخاصة بالإندماج الرأسي ناجحة في الولايات المتحدة في الخسمينيات والستينيات، ولكن الآراء الحديثة توحي بأن التكامل الرأسي قد يساعد على زيادة الكفاءة فضلاً عن خلق الاحتكار (انظر الفصل الثامن). وبالتالي فهناك احتياج أقل لإجراء السياسة العامة[15]. أما الإندماجات التجمعية فقد هربت من سطوة المحاكمات في أغلب الحالات بالولايات المتحدة، وكان ذلك عاملاً مهماً في نموها (ارجع إلى سكيرر، 1980، ص 558) الملحوظ في السنوات الأخيرة.

ومن الواضح أن سياسات بريطانيا والولايات المتحدة الخاصة بالإندماجات تختلف اختلافاً واضحاً في مبادئها وتطبيقها. وفيما تبقى من هذا القسم تناول بعض نقاط ضعف وميزات النظام البريطاني بالمقارنة بالمنهج الأمريكي.

إن الميزة الأساسية للنظام البريطاني هي اعتماده على منهج الأداء، حيث تقوم الإندماجات بناء على التكاليف والمنافع الاجتماعية المتوقعة. وقد هاجم وليامزسون، وبالتحديد منهج السياسة الأمريكية، الذي قد يؤدي إلى سياسة اندماج عديمة الكفاءة اجتماعياً. ولكن كما سبق أن رأينا، فإن تحليل تكاليف ومنافع الحالات الفردية من الإندماج قد لا يكون أمراً سهلاً، إذ يجب أيضاً تقويم العوامل الأخرى مثل وفورات التكاليف المستقبلية غير المؤكدة وتحركات السعر، وتطورات السوق في غياب الإندماج، بالإضافة إلى الإندماجات الدفاعية الثأرية الممكنة.

هذه القضايا، والتي يصعب التعامل معها، قد تفاقمت أكثر بالفترة الزمنية المحددة للتحقيق. فلا تسمح فترة الستة أشهر الممنوحة عادة للجنة التحقيق بإتمام دراسة تحليلية مكتملة للتكاليف والمنافع، ولذلك فقد تكون قرارات اللجنة انطباعية أو عقوبية إلى حد ما. وبالطبع، من المحتمل أن تكون أغلبية الإندماجات التي يتم التحري عنها كل أسبوع وتحويلها بواسطة

الهيئة قد قومت سطحياً فقط. ويمكن المجادلة بأن، بينما يعتبر تحليل التكاليف والمنافع مثالياً، فإنه منهج مكلف وعفوي من الناحية العملية، ويترك الكثير من الأسئلة المعلقة، للأسباب التالية:

(1) يمكن المجادلة مثلاً بأنه عفوي ولا يتفق مع مبدأ عدالة التوزيع، وذلك لأن المنشأة تعتبر نفسها سيئة الحظ إذا ما تعرضت لتحريات اللجنة بينما اندماجات أخرى، ليست بالضرورة أقل أضراراً بالصالح العام، لا يصيبها هذا التحقيق.

(2) ويمكن مهاجمته أيضاً على أسس تكاليفية، فالمنشآت الراغبة في الاندماج قد تتكبد الكثير من التكاليف حتى تقيم دفاعها وتقدم الأدلة للجنة.

(3) كما يمكن انتقاده على أساس أنه يخلق البلبلة فيما يتعلق بإحالة الإندماج إلى اللجنة، وعن نتيجة التحقيق إذا ما تمت إحالتها فعلاً. ويحاول مكتب التجارة النزيهة في الوقت الراهن أن يقلل من هذا اللايقين بأن يقدم النصيحة عن موقفه المتوقع من الاندماج المقترح.

وتنطوي السياسة البريطانية على افتراض ضمني بأن معظم الإندماجات تتفق والصالح العام، وذلك لما ينشأ عنها من وفورات تكاليفية ومنافع أخرى. وبالفعل، في سنوات حكومة العمال في الستينيات تم انشاء مؤسسة لإعادة التنظيم الصناعي (في 1966) لتقوم بتشجيع الإندماجات من أجل ترشيد الإنتاج وبالتالي تمكين المنشآت من التنافس بفاعلية في الأسواق العالمية. إلا أن هذا الافتراض بأن الإندماجات تعتبر نافعة اجتماعياً، والذي لا يزال سمة السياسة البريطانية حتى اليوم، هذا الافتراض لا يتفق والأدلة المتجمعة عن المنافع الخاصة والاجتماعية من الإندماجات. بل وتشير هذه الأدلة إلى أن الكثير من الإندماجات لا تحقق منافع للمنشآت المندمجة ناهيك عن المنافع الاجتماعية.

ويمكن عرض العديد من الأمثلة على هذه الدراسات:

أولاً - تناول سينج Singh (1971) في دراسة مبكرة عينة من 77 منشأة قد دخلت في اندماجات أفقية في الفترة (1960 - 1955). وقد وجد أن نصف هذه المنشآت على الأقل قد عانت نقصاً في أرباحها في كل من السنوات التي تلت الإندماج مقارناً بأداء هذه المنشآت قبل الإندماج. وقد قام ميكس Meeks (1977) بدراسة أكثر شمولاً احتوت 233 منشأة كبيرة تم اندماجها في الفترة (1972 - 1964)، وقد قام بتعديلات خاصة بالصناعة، والسنة، والتحيز المحاسبي، وقارن ربحية المنشآت في الثلاث سنوات السابقة للإندماج، وربحيتها بعد الإندماج، وإن كان من المحتمل ولأسباب في كل من السبع سنوات التي تلت الإندماج، وإن كان من المحتمل ولأسباب محاسبية أن يكون متوسط الربحية قد زاد في السنة التي تم فيها الإندماج. وكان لما بين نصف وثلث المنشآت أرباح أقل في كل سنة تلت الإندماج وفي بعض الحالات كان الانخفاض في متوسط الربحية صغيراً، وكان الانخفاض معنوياً إحصائياً فقط في السنة الثالثة والرابعة والخامسة بعد الإندماج. إلا أنه وباستثناء السنة التي تم فيها الإندماج، فإن الأدلة تشير إلى عدم توفر ما يؤيد وجود مكاسب في الكفاءة ناتجة عن الاندماج[16].

لقد تبنى فيرث Firth (1979) منهجاً مختلفاً بعض الشيء. فقد تناول أدلة سوق الأوراق المالية (Stock Market) عن كيفية تقويم المستثمرين للمنافع الخاصة المتوقعة من الإندماج، باستخدام فرضية «الأسواق الكفأة» (efficient markets) والتي تنص على أن أسعار سوق الأوراق المالية سوف تمثل أفضل تقدير لتدفقات صافي الدخل المتوقع للمنشآت المندمجة. والأدلة على أسعار الأسهم قبل وبعد إعلان الإندماج المقترح تعكس تقويم سوق الأسهم للمنافع الخاصة المترتبة على الاندماج. وباستخدام عينة من 224 اندماجاً ناجحاً في الفترة (1974 - 1972)، وجد فيرث أن القيمة السوقية لهذه المنشآت المندمجة قد انخفضت في 52 من الحالات عند إعلان الإندماج، وكان متوسط الانخفاض 9.1 مليون جنيه للعينة ككل. وفي 80% من الحالات انخفضت قيمة أسهم المنشأة المشترية، بمتوسط قدره 664.7

مليون جنيه عن العينة كلها، مقارنا بـ 655.6 مليون جنيه للمنشآت المباعة. وبعبارة أخرى، فقد تبنى سوق الأسهم نظرة متشائمة بعض الشيء عن الإندماج في تلك الفترة، مع الموازنة التقريبية للمنافع والتكاليف وترجيح أكبر لصالح حملة أسهم المنشأة المشترية. وتتعارض هذه النتائج مع ما وجد في الولايات المتحدة من نتائج، والتي ترى أن للإندماج منافع كبيرة تقسم بالتساوي بين المنشأة المستحوذة وتلك المستحوذ عليها (هيلبرن Halpern (1973)). أما في بريطانيا فقد قلل سوق الأسهم في المتوسط من أي منافع مفتوحة للإندماج، وهذا التقويم وكما أشار فيرث قد ثبتت صحته بالنسبة للسنتين التاليتين لإعلان الإندماج.

وأخيراً ـ فقد تبنى كولينج (1980) منهج «دراسة حالة» تجاه الإندماج. فقد قام هو وآخرون بتحليل مكثف لتسع اندماجات، تمت جميعها فيما عدا واحدة في الفترة (1970 - 1965). وقد ساقهم ذلك بالإضافة لأدلة أخرى، إلى استنتاج عدم وجود مكاسب عامة في الكفاءة كنتيجة للإندماج. وقد كان أحد جوانب دراستهم قياس الكفاءة باستخدام مؤشر عناصر الإنتاج اللازمة الإنتاج الوحدة من المنتج (a Unit Factor requirement index). وقد كشف مقياس الكفاءة هذا عن أربع اندماجات حققت فيها المنشأة نمواً سنوياً في الكفاءة قدره 1.5% في كل من السنوات الخمس والست التي تلت الاندماج. وفي حالتين منها، وجد أن منشأة واحدة (ماكينتوش) قد حققت مستوى كفاءة مساوياً تقريباً لمستوى الكفاءة في المنشآت المنافسة التي لم تندمج، بينما كانت هناك أدلة على انخفاض مستوى الكفاءة في المنشآت الثلاث الأخرى (روثمان، وهوفمان، وبولارد). وبذلك تتفق الأدلة المحدودة من هذه الدراسة ونتائج الدراسات السابقة. وقد وجد كلوينج حالة أو حالتين لتحسن الكفاءة، خاصة عندما يتم للإدارة الأكفأ السيطرة على قدر كبير من الموارد، ولم يكن هذا في رأيهم كافياً لتأييد وجود كسب في الكفاءة[17]. هذه الدراسة وغيرها، تشير إلى أنه بينما قد تؤدي بعض الإندماجات إلى كسب في الرفاهية، فإن هذا التأثير لا يمكن بأي حالة تعميمية. والسؤال الذي يطرح

نفسه الآن هو لماذا تتم إذاً مثل هذه الإندماجات. إن الدوافع للإندماج معقدة ولكن الأدلة المتوفرة وكما لاحظ فيرث تتفق والفرضية القائلة بأن الإندماجات تتم بسبب تفضيلات المديرين سعياً وراء نمو منشآتهم وليس بهدف الربح. وإذا كان بالإمكان تطبيق هذه الفرضية فإن لها تأثيرات على الرفاهية الاقتصادية، وعلى الأقل لأن المديرين قد يختارون خفض الأسعار إلى أقل من مستويات تعظيم الربح من أجل زيادة حجم المنشأة. ومن جهة أخرى فقد يتوقع وجود بعض الاستغلال لقوة الاحتكار من أجل إيجاد الأموال اللازمة للتوسع في المستقبل. ويوحي هذا التأثير الأخير بأن كلاً من المنشأة المعظمة للربح وتلك المعظمة لنمو، تدخل في الاندماج من أجل القوة الاحتكارية مما يؤدي لاحتمال الفقد في الرفاهية الاجتماعية.

وتلقى الأدلة التجريبية المتوفرة عن الإندماج شكاً كبيراً على الفرض الذي بنيت عليه السياسة البريطانية. وتساند هذه الاعتبارات ما قامت به الحكومة حديثاً من إعادة تقويم سياستها الخاصة بالإندماج، والتي توحي بأن التحول إلى فروض أكثر حياداً يعد أمراً مطلوباً، مع الإبقاء على التشريع والإطار المؤسساتي الموجود حالياً (التقرير الأخضر، 1078). ويمكن أن يؤدي هذا التغيير إلى زيادة عدد الحالات المحولة للجنة الاحتكارات والإندماجات إلى أربعة أضعاف ما هي عليه الآن. وعلاوة على ذلك يوحي هذا التقويم بأن تقوم اللجنة بدراسة الآثار على المنافسة الهيكلية، (Structural Competitiveness) أيضاً بطريقة غير ضمنية.

والمشكلة الواضحة التي تجابه السياسة البريطانية، والتي تساند هذه التوصيات، هي إن الإطار المؤسساتي الحالي لتحقيقات لجنة الاحتكارات والإندماجات لا يستطيع أن ينجح في تعامله مع سياسة قوية للإندماج دون أن يكون مكلفاً جداً ومعطلاً للصناعة. وسوف لا يكون ممكناً ببساطة إتمام عدد كبير من تحاليل التكاليف والمنافع لحالات الإندماج الفردية في وقت واحد. ولذلك، فإذا كانت السياسة الأقوى للإندماج مرغوباً فيها فلا بد من تغيرات مؤسساتية، وتغيير المبادىء الأساسية من تحليل التكاليف والمنافع إلى سياسة هيكلية.

وهناك عديد من الحجج المؤيدة والمعارضة لمثل هذا التحرك تجاه سياسة مماثلة لسياسة الولايات المتحدة.

أولاً ـ قد تتسبب مثل هذه السياسة في الانحراف، فتغير النشاط إلى اندماج غير أفقي (رأسي أو تجمعي).

ثانياً ـ بالرغم من توفر الأدلة ضد المنافع المضحى بها في حالة الإندماج النموذجي، فقد تكون هناك بعض الحالات القليلة الهامة التي قد تنشأ فيها منافع اجتماعية كبيرة كنتيجة لإعادة بناء هيكل الصناعة. ومن ناحية أخرى، فإن السياسة الأمريكية أبسط نسبياً في التطبيق، وقد تنتج في الحقيقة منافع موجبة عن طريق زيادة المنافسة في استبعاد فرص الإندماج.

وفي الختام، يمكننا عرض مشكلة وثيقة الصلة ببريطانيا وعلى خلاف الحال في الولايات المتحدة: ألا وهي المنهج اللاقضائي لسياسة الإندماج ببريطانيا. فمن الواضح، أن من الواجب أن تطبق سياسة الاندماج الهيكلية من خلال النظام القضائي بحيث يحتكم كل من المنشآت والسلطات إلى هيئة مستقلة. ولكن على خلاف الحال بالولايات المتحدة، فلا يوجد تقليد لحالات عدم الأمانة في المحاكم البريطانية وقد يكون من الصعب استحداث واحد منها. وقد يكون من الضروري إنشاء محاكم خاصة لتطبيق السياسة كما هو الحال بالنسبة لمحكمة الممارسات المقيدة. ومن الواضح أن التغيرات المؤسساتية بهذا الحجم لا تتم ببساطة، وقد يكون ذلك سبباً لعدم احتمال انجاز تغيرات رئيسية في السياسة البريطانية للإندماج في المستقبل القريب.

(12-3) ملخص واستنتاجات: Summary and Conclusions:

تناول هذا الفصل السياسة العامة البريطانية الخاصة بالإحتكارات والإندماجات. وقد اعتنى بصفة خاصة بمشكلة الإندماج الأفقي التي لا تزال تتم بمستويات تدعو للقلق ببريطانيا. وبالنسبة للإحتكارات، لوحظ أنه، بالرغم من وجود الرغبة أساساً في تحليل التكاليف والمنافع للحالات الفردية، فقد كانت هناك عدة نقاط ضعف في النظام البريطاني.

وقد اقترح البعض بصفة خاصة، أن تشجع لجنة الاحتكارات والإندماجات على زيادة حدة موقفها تجاه أضرار الاحتكار (بما في ذلك من زيادة الأسعار والأرباح) وأن تستخدم الإصلاحات الهيكلية بقدر أكبر من الحرية في توصياتها.

ومن جهة أخرى، فقد تكون مشاكل سياسة الإندماج البريطانية أكثر حدة ومع ضخامة عدد الإندماجات التي تتم، فقد أدت السياسة إلى تحويل نسبة قليلة جداً من الحالات إلى لجنة الاحتكارات والإندماجات. وعلاوة على ذلك فهناك شكوك كبيرة فيما إذا كان الإندماج يؤدي إلى منافع اجتماعية ذات حجم معنوي، وعما إذا كانت اللجنة قادرة بالفعل على تقويم التكاليف والمنافع المتوقعة بدرجة كافية لحالات خاصة. ولذلك فقد يكون هناك مجال لتغير كبير في سياسة الإندماج البريطانية، وقد تمت التوصية بالمنهج الأكثر هيكلية (كما هو في الولايات المتحدة) فقد يكون هو الأنسب عملياً. وقد تبين من التجربة الأمريكية بأن السيطرة المحكمة على الإندماجات الأفقية قد تدفع بنشاط الإندماج تجاه الإندماج التجمعي. ومن الواجب أيضاً أن تؤخذ التأثيرات الكلية لهذه السياسة في الاعتبار (إلى جانب تكلفة الفقد في الكفاءة الناجمة عن سياسة الاندماج المتشددة) في أي تقويم نهائي لإمكانية الإصلاحات.

ملاحظات:

(1) ارجع إلى سوان (1979) Swann، والتقرير الأخضر عن سياسة الاحتكارات والإندماجات كنماذج للنقاشات الحديثة عن السياسة البريطانية للإحتكار، ويمكن أن تجد تفاصيل سياسة السوق الأوروبية المشتركة في سوان (1983).

(2) توجد هذه القوة أيضاً في مرسوم (1948).

(3) هذه القوة إلى جانب سلطات المرسوم الخاصة بالممارسات المعوقة للمنافسة التي نوقشت في الفصل الحادي عشر.

(4) تنبثق السياسة الأمريكية الخاصة بالإحتكار من الفقرة (2) من مرسوم شيرمان (1980) الذي يحرم أي محاولة لاحتكار التجارة. وقد تغير تفسير مصطلح «احتكار» بعض الشيء في المحاكم الأمريكية، لكنه وبصفة عامة ينطوي على مفهوم سلوكي (النية على الاحتكار) بالإضافة إلى مفهوم هيكلي (حيازة مواقف احتكارية). ولذلك فمن ناحية عملية لا يعتبر وجود موقف احتكاري في حد ذاته أمراً غير قانوني في الولايات المتحدة، إلا أنه من الممكن أن يصبح كذلك إذا ما سلك المحتكر سياسة مصممة لاستبعاد المنافسين والمحافظة على مكانته. ولمزيد من التفاصيل ارجع على سبيل المثال إلى سكيرر، (1980، ص 54 - 527).

(5) ارجع مثلاً إلى، «استعراضاً للقضايا الاقتصادية الرئيسية» لجورج وجول George and Joll (1975).

(6) في حالة «معارض الغاز البريطانية» وجدت اللجنة أن احتكار «منشأة الغاز» البريطاني لتجارة التجزئة في الأدوات المنزلية التي تعمل بالغاز يعتبر ضاراً بالصالح العام. وقد أوصت بإما انسحابها من تجارة التجزئة أو أن تتخذ اجراءات لإضعاف موقفها الاحتكاري. وبالمثل، في حالة «الملصوقات البريطانية المحدودة»، وجدت اللجنة بأن الاحتكار في غير صالح المجتمع وأوصت بأن يحل، وهي التوصية التي تم تنفيذها في (1982).

(7) لنقاش مفيد عن السياسة البريطانية للإندماج ارجع إلى التقرير الأخضر (1978)، وسوان (1979) وآتون (1975).

(8) لم ينشر المؤشر عن الفترة (1983 - 1978) (في موجه الأعمال [أم. Q 7.)] ولكن تشير البيانات المتوفرة إلى عدم حدوث قفزات أخرى في تلك السنوات.

(9) ويليامزسون (1977)، تفترض هذه الأرقام دالة طلب السوق ذات المرونة

الثابتة في الصيغة [$X = AP^{-\eta}$] حيث أن (X) هو الإنتاج و (P) السعر، و (n) مرونة الطلب و (A) قيمة ثابتة. وبفحص الشكل (12-1) نجد أن صافي المنفعة الاجتماعية (N S B).

$$= A_2 - A_1 = x_2(p_1 - AC_2) - \int_{p_1}^{p_2} Ap^{-\eta}dp + x_2(p_2 - p_1).$$

ويمكن إثبات أن هذا يعني وجود التبادل (trade - off) [لكولينج وآخرين (1980) ص 37 - 34].

$$\left(\frac{1}{1-\eta}\right) - \left(\frac{\eta}{1-\eta}\right)\left(\frac{p_2}{p_1}\right)^{1-\eta} - \left(\frac{p_2}{p_1}\right)^{-\eta}\left(\frac{AC_2}{p_1}\right) = 0.$$

(10) التبادل (trade off) في هذه الحالة:

$$\left(\frac{1}{1-\eta}\right) + \left(0.5 - \frac{1}{1-\eta}\right)\left(\frac{p_2}{p_1}\right)^{1-\eta} + \left(\frac{p_2}{p_1}\right)^{-\eta}\left(0.5 - \frac{AC_2}{p_1}\right) = 0.$$

(11) ارجع إلى لبينستين (1966)، وأيضاً كوماتور وليبنسيتن (1969)، للوقوف على وجهة نظر انتقادية ارجع إلى باريش وان. جي (1972).

(12) لهذا الغرض، استخدمت الأنصبة السوقية كنسبة مئوية وعليه تتراوح قيمة (H) بين (0 - 10,000). لتحويل الرقم إلى مكافىء الرقم (ارجع للفصل الثاني)، إقسم على (10,000) وخذ معكوس الناتج: أي أن (H = 1800) تكافىء (5-6) من المنشآت متساوية الحجم تعمل في صناعة واحدة، وإلى جانب هذا يمكن العثور على تفاصيل عن مقياس (H) كما استخدم في دليل وزارة العدل وذلك في فوكس (1982) Fox, وميلر (1983) Millers.

(13) وبالمثل، فقد استبعد دليل وزارة العدل لعام (1982) وجود أي منافع اقتصادية كدفاع عن الإندماج الأفقي إلا في ظروف استثنائية. ارجع إلى فوكس (1982) لمزيد من التفاصيل.

(14) تفاصيل عن بعض الحالات المبكرة نجدها في بكيرينج (جدول 1914, 8-4)، Pickering.

(15) تتضمن المحاكمات القديمة بالولايات المتحدة خاصة حالات تنطوي على إمكانية وجود إعاقة لدخول الأسواق. للوقوف على حالة مشابهة ببريطانيا (وفيها سمح للإندماج في الواقع بأن يتم) ارجع إلى اندماج شركة بريسر ستيل في (1966) وقد عزف دليل وزارة العدل الحديث عن المجادلات حول إعاقة دخول السوق كسبب لتحدي الإندماجات الرأسية، ويركز الآن على التأثيرات الممكنة للإحتكار على زيادة السعر: ارجع إلى فوكس (1982) لمزيد من التفاصيل.

(16) في دراسة أحدث عن السنوات التي بلغ فيها الإندماج ذروته (1969 - 1967) وجد كوش وهفس وسننج Cosh, Hughes and Singh (1980)، دلائل على انخفاض الربحية بعد الإندماج، ولكن، لم يتضح ما إذا كان هذا الفرق في النتائج قد ترتب على اختلاف العينة المستخدمة، أو الطرق المختلفة أو إلى شيء آخر.

(17) لا يتفق هذا الاستنتاج تماماً مع تفاصيل الحالات المدروسة، والتي تقدم أدلة أكثر على الكفاءة عما يعترف به كولنج وآخرون.

REFERENCES المراجع

Adams, W. J. (1970) 'Firm size and research activity: France and the United States', *Quarterly Journal of Economics*, **84**, 386–409.

Adelman, M. A. (1961) 'The anti-merger act: 1950–60', *American Economic Review*, Papers and Proceedings, **51**, 236–44.

Aitchison, J. and Brown, J. A. C. (1966) *The Lognormal Distribution*. Cambridge: Cambridge University Press.

Amey, L. R. (1964) 'Diversified manufacturing businesses', *Journal of the Royal Statistical Society*, series A, **127**, 251–90.

Amihud, Y. and Lev, B. (1981) 'Risk reduction as a managerial motive for conglomerate mergers', *Bell Journal of Economics*, **12**, 605–17.

Areeda, P. and Turner, D. F. (1974/5) 'Predatory pricing and related practices under section 2 of the Sherman Act', *Harvard Law Review*, **88**, 697–733.

Arrow, K. J. (1962) 'Economic welfare and the allocation of resources for invention', in National Bureau of Economic Research, *The Rate and Direction of Inventive Activity: Economic and Social Factors*. Princeton: Princeton University Press; reprinted in Lamberton (1971).

Arrow, K. J. (1975) 'Vertical integration and communication', *Bell Journal of Economics*, **6**, 173–83.

Asch, P. (1979/80) 'The role of advertising in changing concentration, 1963–71', *Southern Economic Journal*, **46**, 288–97.

Asch, P. and Seneca, J. J. (1975) 'Characteristics of collusive firms', *Journal of Industrial Economics*, **23**, 223–37.

Ayanian, R. (1975) 'Advertising and rate of return', *Journal of Law and Economics*, **18**, 479–506.

Bacharach, M. (1976) *Economics and the Theory of Games*. London: Macmillan.

Bailey, E. E. and Friedlaender, A. F. (1982) 'Market structure and multiproduct industries', *Journal of Economic Literature*, **20**, 1024–48.

Bain, J. S. (1951) 'Relation of profit rate to industry concentration: American manufacturing, 1936–40', *Quarterly Journal of Economics*, **65**, 293–324 (with corrigendum on p. 602).

Bain, J. S. (1954) 'Conditions of entry and the emergence of monopoly', in E. H. Chamberlin (ed.), *Monopoly and Competition and their Regulation*. London: Macmillan.

Bain, J. S. (1956) *Barriers to New Competition*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Bain, J. S. (1968) *Industrial Organisation* (2nd edn). New York: John Wiley.
Baumol, W. J. (1979/80) 'Quasi-permanence of price reductions: a policy for prevention of predatory pricing', *Yale Law Journal*, **89**, 1–26.
Baumol, W. J. (1982) 'Contestable markets: an uprising in the theory of industry structure', *American Economic Review*, **72**, 1–15.
Baumol, W. J., Panzar, J. C. and Willig, R. D. (1982) *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
Benham, L. (1972) 'The effect of advertising on the price of eyeglasses', *Journal of Law and Economics*, **15**, 337–52.
Bergson, A. (1973) 'On monopoly welfare losses', *American Economic Review*, **63**, 853–70.
Berry, C. H. (1975) *Corporate Growth and Diversification*. Princeton: Princeton University Press.
Bertrand, J. (1883) 'Book review of Cournot's work', *Journal des Savants*, pp. 499–508.
Bevan, A. (1974) 'The UK potato crisp industry 1960–72: a case study of new entry competition', *Journal of Industrial Economics*, **22**, 281–98.
Bhagwati, J. N. (1970) 'Oligopoly theory, entry prevention and growth', *Oxford Economic Papers*, **22**, 297–310.
Blair, R. D. and Kaserman, D. (1978) 'Vertical integration, tying and antitrust policy', *American Economic Review*, **68**, 397–402.
Bloch, H. (1974) 'Advertising and profitability: a reappraisal', *Journal of Political Economy*, **82**, 267–86.
Bloch, H. (1980) 'The effect of advertising on competition: comments on a survey', *Journal of Economic Literature*, **18**, 1063–6.
Block, M. K., Nold, F. C. and Sidak, J. G. (1981) 'The deterrent effect of antitrust enforcement', *Journal of Political Economy*, **89**, 429–45.
Bond, R. S. and Greenberg, W. (1976) 'Industry structure, market rivalry and public policy: a comment' (with reply by Demsetz), *Journal of Law and Economics*, **19**, 201–9.
Bork, R. H. (1954) 'Vertical integration and the Sherman Act: the legal history of an economic misconception', *University of Chicago Law Review*, **22**, 157–201; partially reprinted in Yamey (1973).
Bowman, W. S. Jr (1957) 'Tying arrangements and the leverage problem', *Yale Law Journal*, **67**, 19–36.
Bradburd, R. M. (1980a) 'Conglomerate power without market power: the effects of conglomeration on a risk-averse quantity-adjusting firm', *American Economic Review*, **70**, 483–7.
Bradburd, R. M. (1980b) 'A model of the effect of conglomeration and risk aversion on pricing', *Journal of Industrial Economics*, **28**, 369–86.
Bresnahan, T. (1981) 'Duopoly models with consistent conjectures', *American Economic Review*, **71**, 934–45.
Brozen, Y. (1971) 'Bain's concentration and rates of return revisited', *Journal of Law and Economics*, **14**, 351–69.
Brozen, Y. (1974) 'Entry barriers: advertising and product differentiation', in Goldschmid *et al.* (1974).
Brozen, Y. (1975) 'Competition, efficiency and antitrust', in Y. Brozen (ed.), *The Competitive Economy: Selected Readings*. Morristown, NJ: General Learning.
Buxton, A. J., Davies, S. W. and Lyons, B. R. (1984) 'Concentration and advertising in consumer and producer markets', *Journal of Industrial Economics*, **32**, 451–64.

Cable, J. (1975) 'Intermarket differences in advertising intensity', in K. Cowling, J. Cable, M. Kelly and A. J. McGuinness, *Advertising and Economic Behaviour*. London: Macmillan.

Cannon, C. M. (1978) 'International trade, concentration and competition in UK consumer goods markets', *Oxford Economic Papers*, **30**, 130–7.

Carlton, D. W. (1979) 'Vertical integration in competitive markets under uncertainty', *Journal of Industrial Economics*, **27**, 189–209.

Carter, J. R. (1978) 'Collusion, efficiency and antitrust', *Journal of Law and Economics*, 21, 435–44.

Casson, M. (1984) 'The theory of vertical integration: a survey and synthesis', paper presented at the 11th European Industrial Economics (EARIE) Conference, Fontainebleau, France.

Caves, R. E. (1982) *Multinational Enterprise and Economic Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.

Caves, R. E., Porter, M. E. and Spence, A. M. with Scott, J. T. (1980) *Competition in the Open Economy: a Model applied to Canada*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Chamberlin, E. H. (1966) *The Theory of Monopolistic Competition* (8th edn). Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Clarke, R. (1983) 'On the specification of structure–performance relationships: a comment', *European Economic Review*, **23**, 253–6.

Clarke, R. (1984) 'Profit margins and market concentration in UK manufacturing industry: 1970–6', *Applied Economics*, **16**, 57–71.

Clarke, R. and Davies, S. W. (1982) 'Market structure and price–cost margins', *Economica*, n.s., **49**, 277–87.

Clarke, R. and Davies, S. W. (1983) 'Aggregate concentration, market concentration and diversification', *Economic Journal*, **93**, 182–92.

Clarke, R., Davies, S. W. and Waterson, M. (1984) 'The profitability–concentration relation: market power or efficiency?' *Journal of Industrial Economics*, **32**, 435–50.

Coase, R. H. (1937) 'The nature of the firm', *Economica*, n.s., 4, 386–405; reprinted in Stigler and Boulding (1960).

Collins, N. R. and Preston, L. E. (1968) *Concentration and Price–Cost Margins in Manufacturing Industries*. Berkeley: University of California Press.

Collins, N. R. and Preston, L. E. (1969) 'Price–cost margins and industry structure', *Review of Economics and Statistics*, **51**, 271–86.

Comanor, W. S. (1967a) 'Market structure, product differentiation and industrial research', *Quarterly Journal of Economics*, **81**, 639–57.

Comanor, W. S. (1967b) 'Vertical mergers, market power and the antitrust laws', *American Economic Review*, Papers and Proceedings, **57**, 254–65; with discussion by McGee, 269–71.

Comanor, W. S. and Leibenstein, H. (1969) 'Allocative efficiency, *X*-efficiency and the measurement of welfare losses', *Economica*, n.s., **36**, 304–9.

Comanor, W. S. and Wilson, T. A. (1967) 'Advertising, market structure and performance', *Review of Economics and Statistics*, **49**, 423–40.

Comanor, W. S. and Wilson, T. A. (1974) *Advertising and Market Power*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Comanor, W. S. and Wilson, T. A. (1979) 'The effect of advertising on competition: a survey', *Journal of Economic Literature*, **17**, 453–76.

Comanor, W. S. and Wilson, T. A. (1980) 'On the economics of advertising: a reply to Bloch and Simon', *Journal of Economic Literature*, **18**, 1075–8.

Cosh, A., Hughes, A. and Singh, A. (1980) 'The causes and effects of takeovers in the United Kingdom', in D. C. Mueller (ed.), *The Determinants and Effects of Mergers*. Cambridge, Mass.: Delgeschlager, Gunn and Hain.
Cournot, A. A. (1960) *Researches into the Mathematical Principles of the Theory of Wealth* (1838), trans. N. T. Bacon. New York: Augustus Kelley.
Cowell, F. A. (1977) *Measuring Inequality*. Oxford: Philip Allan.
Cowling, K. (1978) 'Monopolies and Mergers Policy: a view on the Green Paper', Economic Research Paper no. 139, Warwick University.
Cowling, K. and Mueller, D. C. (1978) 'The social costs of monopoly power', *Economic Journal*, **88**, 727–48.
Cowling, K. and Mueller, D. C. (1981) 'The social costs of monopoly power revisited', *Economic Journal*, **91**, 721–5.
Cowling, K. and Waterson, M. (1976) 'Price–cost margins and market structure', *Economica*, n.s., **43**, 267–74.
Cowling, K. *et al.* (1980) *Mergers and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
Cox, S. R. (1982) 'Some evidence on the early price effects of attorney advertising in the USA', *Journal of Advertising*, **1**, 321–31.
Cubbin, J. (1981) 'Advertising and the theory of entry barriers', *Economica*, n.s., **48**, 489–98.
Curry, B. and George, K. D. (1983) 'Industrial concentration: a survey', *Journal of Industrial Economics*, **31**, 203–55.
Cyert, R. M. and de Groot, M. H. (1973) 'An analysis of cooperation and learning in a duopoly context', *American Economic Review*, **63**, 24–37.
Dasgupta, P. and Stiglitz, J. (1980) 'Industrial structure and the nature of innovative activity', *Economic Journal*, **90**, 266–93.
Davies, S. W. (1979a) *The Diffusion of Process Innovations*. Cambridge: Cambridge University Press.
Davies, S. W. (1979b) 'Choosing between concentration indices: the iso-concentration curve', *Economica*, **46**, 67–75.
Davies, S. W. (1980a) 'Measuring industrial concentration: an alternative approach', *Review of Economics and Statistics*, **62**, 306–9.
Davies, S. W. (1980b) 'Minimum efficient size and seller concentration: an empirical problem', *Journal of Industrial Economics*, **28**, 287–301.
Davies, S. W. and Lyons, B. R. (1982) 'Seller concentration: the technological explanation and demand uncertainty', *Economic Journal*, **92**, 903–19.
Demsetz, H. (1969) 'Information and efficiency: another viewpoint', *Journal of Law and Economics*, **12**, 1–22; reprinted in Lamberton (1971).
Demsetz, H. (1973a) *The Market Concentration Doctrine*. AEI-Hoover Policy Studies.
Demsetz, H. (1973b) 'Industry structure, market rivalry and public policy', *Journal of Law and Economics*, **16**, 1–9.
Demsetz, H. (1974) 'Two systems of belief about monopoly', in Goldschmid *et al.* (1974).
Demsetz, H. (1982) 'Barriers to entry', *American Economic Review*, **72**, 47–57.
Dixit, A. (1979) 'A model of duopoly suggesting a theory of entry barriers', *Bell Journal of Economics*, **10**, 20–32.
Dixit, A. (1980) 'The role of investment in entry-deterrence', *Economic Journal*, **90**, 95–106.
Dixit, A. (1982) 'Recent developments in oligopoly theory', *American Economic Review*, Papers and Proceedings, **72**, 12–17.

Dixit, A. and Norman, V. (1978) 'Advertising and welfare', *Bell Journal of Economics*, 9, 1–17.

Dixit, A. and Stern, N. (1982) 'Oligopoly and welfare: a unified presentation with applications to trade and development', *European Economic Review*, 19, 123–44.

Dolbear, F. T. *et al.* (1968) 'Collusion in oligopoly: an experiment on the effect of numbers and information', *Quarterly Journal of Economics*, 82, 240–59.

Dorfman, R. and Steiner, P. O. (1954) 'Optimal advertising and optimal quality', *American Economic Review*, 44, 826–36.

Edgeworth, F. Y. (1925) 'The pure theory of monopoly' (1897); reprinted in F. Y. Edgeworth, *Papers Relating to Political Economy*, vol. 1. London: Macmillan.

Elliott, D. C. and Gribbin, J. D. (1977) 'The abolition of cartels and structural change in the United Kingdom', in Jacquemin and de Jong (1977b).

Firth, M. (1979) 'The profitability of takeovers and mergers', *Economic Journal*, 89, 316–28.

Fisher, F. M. and McGowan, J. J. (1979) 'Advertising and welfare: comment', *Bell Journal of Economics*, 10, 726–9 (including reply by Dixit and Norman).

Flaherty, M. T. (1981) 'Prices versus quantities and vertical financial integration', *Bell Journal of Economics*, 12, 507–25.

Fog, B. (1956) 'How are cartel prices determined?' *Journal of Industrial Economics*, 5, 16–23.

Fouraker, L. E. and Siegel, S. (1963) *Bargaining Behaviour*. New York: McGraw-Hill.

Fox, E. M. (1982) 'The new merger guidelines – a blueprint for microeconomic analysis', *Antitrust Bulletin*, 27, 519–91.

Fraas, A. G. and Greer, D. F. (1977) 'Market structure and price collusion: an empirical analysis', *Journal of Industrial Economics*, 26, 21–44.

Friedman, J. W. (1977) *Oligopoly and the Theory of Games*. Amsterdam: North Holland.

Friedman, J. W. (1983) *Oligopoly Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.

Galbraith, J. K. (1963) *American Capitalism*. Harmondsworth: Penguin.

Gale, B. T. and Branch, B. S. (1982) 'Concentration versus market share: which determines performance and why does it matter?' *Antitrust Bulletin*, 27, 83–105.

Gaskins, D. W. Jr (1971) 'Dynamic limit pricing: optimal pricing under threat of entry', *Journal of Economic Theory*, 3, 306–22.

George, K. D. and Joll, C. L. (eds) (1975) *Competition Policy in the UK and EEC*. Cambridge: Cambridge University Press.

Geroski, P. (1981) 'Specification and testing the profits–concentration relationship: some experiments for the UK', *Economica*, n.s., 48, 279–88.

Geroski, P. (1982) 'Simultaneous equations models of the structure–performance paradigm', *European Economic Review*, 19, 145–58.

Gibrat, R. (1931) *Les Inegalities Economiques*. Paris: Sirey.

Gilbert, R. J. and Newbery, D. M. G. (1982) 'Pre-emptive patenting and the persistence of monopoly', *American Economic Review*, 72, 514–26.

Goldschmid, H. D., Mann, H. M. and Weston, J. F. (eds) (1974) *Industrial Concentration: the New Learning*. Boston: Little, Brown.

Gorecki, P. K. (1975) 'An inter-industry analysis of diversification in the UK manufacturing sector', *Journal of Industrial Economics*, 24, 131–46.

Gort, M. (1962) *Diversification and Integration in American Industry*. Princeton: Princeton University Press.

Goudie, A. W. and Meeks, G. (1982) 'Diversification by merger', *Economica*, n.s., 49, 447–59.

Grabowski, H. G. (1968) 'The determinants of industrial research and development: a study of the chemical, drug and petroleum industries', *Journal of Political Economy*, 76, 292–306; reprinted in Yamey (1973).

Grant, R. M. (1977) 'The determinants of the inter-industry pattern of diversification by UK manufacturing enterprises', *Bulletin of Economic Research*, 29, 84–95.

Gravelle, H. and Rees, R. (1981) *Microeconomics*. London: Longman.

Green Paper (1978) *A Review of Monopolies and Mergers Policy*, Cmnd 7198. London: HMSO.

Green Paper (1979) *A Review of Restrictive Trade Practices Policy*, Cmnd 7512. London: HMSO.

Greenhut, M. L. and Ohta, H. (1976) 'Related market conditions and interindustrial mergers', *American Economic Review*, 66, 267–77.

Grether, E. T. (1970) 'Industrial organisation: past history and future problems', *American Economic Review*, Papers and Proceedings, 60, 83–9.

Hall, M. and Tideman, N. (1967) 'Measures of concentration', *Journal of the American Statistical Association*, 62, 162–8.

Hall, R. L. and Hitch, C. J. (1939) 'Price theory and business behaviour', *Oxford Economic Papers*, 2, 12–45; reprinted in Wilson and Andrews (1951).

Halpern, P. J. (1973) 'Empirical estimates of the amount and distribution of gains to companies in mergers', *Journal of Business*, 46, 554–75.

Hannah, L. and Kay, J. A. (1977) *Concentration in Modern Industry*. London: Macmillan.

Harberger, A. C. (1954) 'Monopoly and resource allocation', *American Economic Review*, Papers and Proceedings, 44, 77–87.

Haring, J. R. and Kaserman, D. L. (1978) 'Related market conditions and interindustrial mergers: comment', *American Economic Review*, 68, 225–7.

Hart, P. E. (1971) 'Entropy and other measures of concentration', *Journal of the Royal Statistical Society*, series A, 134, 73–85.

Hart, P. E. (1975) 'Moment distributions in economics: an exposition', *Journal of the Royal Statistical Society*, series A, 138, 423–34.

Hart, P. E. and Clarke, R. (1980) *Concentration in British Industry: 1935–75*. Cambridge: Cambridge University Press.

Hart, P. E. and Morgan, E. (1977) 'Market structure and economic performance in the United Kingdom', *Journal of Industrial Economics*, 25, 177–93.

Hart, P. E. and Prais, S. J. (1956) 'The analysis of business concentration: a statistical approach', *Journal of the Royal Statistical Society*, series A, 119, 150–91.

Hassid, J. (1975) 'Recent evidence on conglomerate diversification in UK manufacturing industry', *Manchester School*, 43, 372–95.

Hay, D. A. (1976) 'Sequential entry and entry-deterring strategies in spatial competition', *Oxford Economic Papers*, 28, 240–57.

Hay, D. A. and Morris, D. J. (1979) *Industrial Economics: Theory and Evidence*. Oxford: Oxford University Press.

Hay, G. A. (1973) 'An economic analysis of vertical integration', *Industrial Organisation Review*, 1, 188–98.

Hay, G. A. and Kelley, D. (1974) 'An empirical survey of price fixing conspiracies', *Journal of Law and Economics*, 17, 13–38.

Heath, J. B. (1961) 'Restrictive practices and after', *Manchester School*, 29, 173–202.

Herfindahl, O. C. (1950) *Concentration in the US Steel Industry*. PhD thesis, Columbia University.

Hewer, A. (1980) 'Manufacturing industry in the seventies: an assessment of import penetration and export performance', *Economic Trends*, no. 320, pp. 97–109.
Hirschman, A. O. (1945) *National Power and the Structure of Foreign Trade*. Berkeley: University of California Press.
Hirschman, A. O. (1964) 'The paternity of an index', *American Economic Review*, 54, 761–2.
Hirshleifer, J. (1980) *Price Theory and Applications* (2nd edn). Hemel Hempstead: Prentice-Hall International.
Hitiris, T. (1978) 'Effective protection and economic performance in UK manufacturing industry, 1963 and 1968', *Economic Journal*, 88, 107–20.
Holtermann, S. E. (1973) 'Market structure and economic performance in UK manufacturing industry', *Journal of Industrial Economics*, 21, 119–39.
Hotelling, H. (1929) 'Stability in competition', *Economic Journal*, 39, 41–57.
Ijiri, Y. and Simon, H. A. (1977) *Skew Distributions and the Size of Business Firms*. Amsterdam: North Holland.
Jacquemin, A. P. and Berry, C. H. (1979) 'Entropy measure of diversification and corporate growth', *Journal of Industrial Economics*, 27, 359–69.
Jacquemin, A. P. and de Jong, H. W. (1977a) *European Industrial Organisation*. London: Macmillan.
Jacquemin, A. P. and de Jong, H. W. (eds) (1977b) *Welfare Aspects of Industrial Markets*. Leiden: Martinus Nijhoff.
Kaldor, N. (1950) 'Economic aspects of advertising', *Review of Economic Studies*, 58, 1–27.
Kamerschen, D. R. (1966) 'An estimation of the "welfare losses" from monopoly in the American economy', *Western Economic Journal*, 4, 221–36.
Kamien, M. I. and Schwartz, N. L. (1982) *Market Structure and Innovation*. Cambridge: Cambridge University Press.
Kamien, M. I. and Schwartz, N. L. (1983) 'Conjectural variations', *Canadian Journal of Economics*, 16, 191–211.
Kaserman, D. L. (1978) 'Theories of vertical integration: implications for antitrust policy', *Antitrust Bulletin*, 23, 483–510.
Katowitz, Y. and Mathewson, F. (1979) 'Advertising, consumer information and product quality', *Bell Journal of Economics*, 10, 566–88.
Kay, J. A. (1983) 'A general equilibrium approach to the measurement of monopoly welfare loss', *International Journal of Industrial Organisation*, 1, 317–31.
Khalilzadeh-Shirazi, J. (1974) 'Market structure and price–cost margins in UK manufacturing industries', *Review of Economics and Statistics*, 54, 64–76.
Kilpatrick, R. W. (1968) 'Stigler on the relationship between industry profit rates and market concentration', *Journal of Political Economy*, 76, 479–88.
Koutsoyiannis, A. (1975) *Modern Microeconomics*. London: Macmillan.
Lamberton, D. M. (ed.) (1971) *Economics of Information and Knowledge*. Harmondsworth: Penguin.
Lancaster, K. (1979) *Variety, Equity and Efficiency*. Oxford: Basil Blackwell.
Leak, H. and Maizels, A. (1945) 'The structure of British industry', *Journal of the Royal Statistical Society*, series A, 108, 142–99.
Leibenstein, H. (1966) 'Allocative efficiency vs. "X-efficiency"', *American Economic Review*, 56, 392–415.
Lerner, A. P. (1934) 'The concept of monopoly and the measurement of monopoly power', *Review of Economic Studies*, 1, 157–75.

Levy, H. and Sarnat, M. (1970) 'Diversification, portfolio analysis and the uneasy case for conglomerate mergers', *Journal of Finance*, 25, 795–802.
Lewellen, W.G. (1971) 'A pure financial rationale for the conglomerate merger', *Journal of Finance*, 26, 521–37.
Lipsey, R. and Lancaster, K. (1956/7) 'The general theory of the second best', *Review of Economic Studies*, 24, 11–32.
Littlechild, S.C. (1978) *The Fallacy of the Mixed Economy*, Hobart Paper no. 80. London: Institute of Economic Affairs.
Littlechild, S.C. (1981) 'Misleading calculations of the social costs of monopoly power', *Economic Journal*, 91, 348–63.
Loeb, P.D. and Lin, V. (1977) 'Research and development in the pharmaceutical industry–a specification error approach', *Journal of Industrial Economics*, 26, 45–51.
Lowes, B. and Pass, C.L. (1970) 'Price behaviour in asymmetrical duopoly: some experimental observations', *Manchester School of Economic and Social Studies*, 38, 29–43.
Lustgarten, S. (1979) 'Gains and losses from concentration: a comment', *Journal of Law and Economics*, 22, 183–90.
Lyons, B.R. (1980) 'A new measure of minimum efficient plant size in UK manufacturing industry', *Economica*, 47, 19–34.
Lyons, B.R. (1981) 'Price–cost margins, market structure and international trade', in D. Currie, D. Peel and W. Peters (eds), *Microeconomic Analysis*. London: Croom Helm.
Lyons, B.R., Kitchen, P.D. and Hitiris, T. (1979) 'Effective protection and economic performance in UK manufacturing industry, 1963 and 1968: an interchange', *Economic Journal*, 89, 926–41.
Machlup, F. and Taber, M. (1960) 'Bilateral monopoly, successive monopoly and vertical integration', *Economica*, n.s., 27, 101–19; reprinted in Yamey (1973).
Maddala, G.S. (1977) *Econometrics*. Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha.
Mallela, P. and Nahata, B. (1980) 'Theory of vertical control with variable proportions', *Journal of Political Economy*, 88, 1009–25.
Mann, H.M. (1966) 'Seller concentration, barriers to entry, and rates of return in thirty industries, 1950–60', *Review of Economics and Statistics*, 48, 296–307.
Mann, H.M. (1974) 'Advertising, concentration and profitability: the state of knowledge and directions for public policy', in Goldschmid *et al.* (1974).
Mansfield, E. (1961) 'Technical change and the rate of imitation', *Econometrica*, 29, 741–66; reprinted in E. Mansfield (1968), *Industrial Research and Technological Innovation*. New York: W. W. Norton.
Marfels, C. (1971) 'Absolute and relative measures of concentration reconsidered', *Kyklos*, 24, 753–66.
Martin, S. (1979) 'Advertising, concentration and profitability: the simultaneity problem', *Bell Journal of Economics*, 10, 639–47.
Martin, S. (1984) 'Comment on the specification of structure–performance relationships', *European Economic Review*, 24, 197–201.
Mason, E.S. (1939) 'Price and production policies of large-scale enterprise', *American Economic Review*, supplement, 29, 61–74.
Mason, E.S. (1957) *Economic Concentration and the Monopoly Problem*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
Masson, R.T. and Shaanan, J. (1984) 'Social costs of oligopoly and the value of competition', *Economic Journal*, 94, 520–35.

McGee, J. S. (1958) 'Predatory price cutting: the Standard Oil (NJ) case', *Journal of Law and Economics*, 1, 137–69.
McGee, J. S. (1980) 'Predatory pricing revisited', *Journal of Law and Economics*, 23, 289–330.
McGee, J. S. and Bassett, L. R. (1976) 'Vertical integration revisited', *Journal of Law and Economics*, 19, 17–38.
McKinnon, R. I. (1966) 'Stigler's theory of oligopoly: a comment', *Journal of Political Economy*, 74, 281–5.
Meeks, G. (1977) *Disappointing Marriage: a Study of the Gains from Merger*. Cambridge: Cambridge University Press.
Miller, M. H. (1977) 'Debt and taxes', *Journal of Finance*, 32, 261–76.
Miller, R. A. (1969) 'Market structure and industrial performance: relation of profit rate to concentration, advertising intensity, and diversity', *Journal of Industrial Economics*, 17, 104–18.
Miller, R. A. (1971) 'Marginal concentration ratios as market structure variables', *Review of Economics and Statistics*, 53, 289–93.
Miller, R. A. (1982) 'The Herfindahl–Hirschman index as a market structure variable: an exposition for antitrust practitioners', *Antitrust Bulletin*, 27, 593–618.
Modigliani, F. (1958) 'New developments on the oligopoly front', *Journal of Political Economy*, 66, 215–32.
Monopolies Commission (1966) *A Report on the Supply of Household Detergents*. London: HMSO.
Monopolies Commission (1968) *Man-made Cellulosic Fibres*. London: HMSO.
Monopolies Commission (1969) *Beer*. London: HMSO.
Monopolies Commission (1973a) *A Report on the Supply of Ready Cooked Breakfast Cereal Foods*. London: HMSO.
Monopolies Commission (1973b) *A Report on the General Effect on the Public Interest of the Practice of Parallel Pricing*. London: HMSO.
Monopolies and Mergers Commission (1977) *Cat and Dog Foods*, HC447. London: HMSO.
Monopolies and Mergers Commission (1981a) *Full-line Forcing and Tie-in Sales*. London: HMSO.
Monopolies and Mergers Commission (1981b) *Discounts to Retailers*. London: HMSO.
Mueller, W. F. and Hamm, L. G. (1974) 'Trends in industrial market concentration: 1947 to 1970', *Review of Economics and Statistics*, 56, 511–20.
Mueller, W. F. and Rogers, R. T. (1980) 'The role of advertising in changing concentration of manufacturing industries', *Review of Economics and Statistics*, 62, 89–96.
Murphy, J. L. (1966) 'Effects of the threat of losses on duopoly bargaining'. *Quarterly Journal of Economics*, 80, 296–313.
Neale, A. D. and Goyder, D. G. (1980) *The Antitrust Laws of the USA* (3rd edn). Cambridge: Cambridge University Press.
Nelson, P. (1970) 'Information and consumer behaviour', *Journal of Political Economy*, 78, 311–29.
Nelson, P. (1974) 'Advertising as information', *Journal of Political Economy*, 82, 729–54.
Nerlove, M. and Arrow, K. J. (1962) 'Optimal advertising policy under dynamic conditions', *Economica*, 29, 129–42.
Nickell, S. and Metcalf, D. (1978) 'Monopolistic industries and monopoly profits; or, are Kellogg's cornflakes overpriced? *Economic Journal*, 88, 254–68.

O'Brien, D. P., Howe, W. S. and Wright, D. M., with O'Brien, R. J. (1979) *Competition Policy, Profitability and Growth*. London: Macmillan.

Oi, W. Y. and Hurter, A. P. Jr (1973) 'A theory of vertical integration in road transport services', in *Economics of Industrial Structure*, edited by B. S. Yamey. Harmondsworth: Penguin.

Ornstein, S. I. (1977) *Industrial Concentration and Advertising Intensity*. Washington, DC: American Enterprise Institute for Public Policy Research.

Pagoulatos, E. and Sorenson, R. (1980/1) 'A simultaneous equation analysis of advertising, concentration and profitability', *Southern Economic Journal*, 47, 728–41.

Parish, R. M. and Ng, Y. K. (1972) 'Monopoly, *X*-efficiency and the measurement of welfare loss', *Economica*, n.s., 39, 301–8.

Pautler, P. A. (1983) 'A review of the economic basis for broad-based horizontal-merger policy', *Antitrust Bulletin*, 28, 571–651.

Peles, Y. (1971) 'Rates of amortization of advertising expenditures', *Journal of Political Economy*, 79, 1032–58.

Peltzman, S. (1977) 'The gains and losses from industrial concentration', *Journal of Law and Economics*, 20, 229–63.

Peltzman, S. (1979) 'The causes and consequences of rising industrial concentration: a reply', *Journal of Law and Economics*, 22, 209–11.

Perry, M. K. (1978) 'Related market conditions and interindustrial mergers: comment', *American Economic Review*, 68, 221–4.

Perry, M. K. (1982) 'Oligopoly and consistent conjectural variations', *Bell Journal of Economics*, 13, 197–202.

Phillips, A. (1972) 'An econometric study of price-fixing, market structure and performance in British industry in the early 1950s', in K. Cowling (ed.), *Market Structure and Corporate Behaviour*. London: Gray-Mills.

Pickering, J. F. (1974) *Industrial Structure and Market Conduct*. Oxford: Martin Robertson.

Porter, M. E. (1974) 'Consumer behaviour, retailer power and market performance in consumer goods industries', *Review of Economics and Statistics*, 56, 419–36.

Porter, M. E. (1976) *Interbrand Choice, Strategy and Bilateral Market Power*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Posner, R. A. (1970) 'A statistical study of antitrust enforcement', *Journal of Law and Economics*, 13, 365–419.

Posner, R. A. (1975) 'The social costs of monopoly and regulation', *Journal of Political Economy*, 83, 807–27.

Posner, R. A. (1979) 'The Chicago school of antitrust analysis', *University of Pennsylvania Law Review*, 127, 925–48.

Prais, S. J. (1976) *The Evolution of Giant Firms in Britain*. Cambridge: Cambridge University Press.

Pratten, C. F. (1971) *Economies of Scale in Manufacturing Industry*. Cambridge: Cambridge University Press.

Primeaux, W. J. and Bomball, M. R. (1974) 'A re-examination of the kinky oligopoly demand curve', *Journal of Political Economy*, 82, 851–62.

Primeaux, W. J. and Smith, M. C. (1976) 'Pricing patterns and the kinky demand curve', *Journal of Law and Economics*, 19, 189–99.

Reekie, W. D. (1975) 'Advertising and market structure: another approach', *Economic Journal*, 85, 156–64.

Reekie, W. D. (1979) *Industry, Prices and Markets*. New York: John Wiley.

Rees, R. D. (1975) 'Advertising, concentration and competition: a comment and further results', *Economic Journal*, **85**, 165–72.
Rhoades, S. A. (1973) 'The effect of diversification on industry profit performance in 241 manufacturing industries: 1963', *Review of Economics and Statistics*, **55**, 146–55.
Rhoades, S. A. (1974) 'A further evaluation of the effect of diversification on industry profit performance', *Review of Economics and Statistics*, **56**, 557–9.
Richardson, G. B. (1972) 'The organisation of industry', *Economic Journal*, **82**, 883–96.
Romeo, A. A. (1975) 'Interindustry and interfirm differences in the rate of diffusion of an innovation', *Review of Economics and Statistics*, **57**, 311–19.
Romeo, A. A. (1977) 'Rate of imitation of a capital-embodied process innovation', *Economica*, n.s., **44**, 63–9.
Rosenberg, J. B. (1976) 'Research and market share: a reappraisal of the Schumpeter hypothesis', *Journal of Industrial Economics*, **25**, 101–12.
Ross, P. (1968) 'Economies as an antitrust defence: comment', *American Economic Review*, **58**, 1371–2.
Saving, T. R. (1970) 'Concentration ratios and the degree of monopoly', *International Economic Review*, **11**, 139–46.
Sawyer, M. C. (1982) 'On the specification of structure–performance relationships', *European Economic Review*, **17**, 295–306.
Sawyer, M. C. (1983) 'On the specification of structure–performance relationships: a reply', *European Economic Review*, **23**, 257–9.
Schelling, T. (1960) *The Strategy of Conflict*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
Scherer, F. M. (1965a) 'Size of firm, oligopoly and research: a comment', *Canadian Journal of Economics and Political Science*, **31**, 256–66.
Scherer, F. M. (1965b) 'Firm size, market structure, opportunity, and the output of patented inventions', *American Economic Review*, **55**, 1097–1125.
Scherer, F. M. (1967) 'Market structure and the employment of scientists and engineers', *American Economic Review*, **57**, 524–31.
Scherer, F. M. (1976) 'Predatory pricing and the Sherman Act: a comment', *Harvard Law Review*, **89**, 869–90.
Scherer, F. M. (1979a) 'The causes and consequences of rising industrial concentration', *Journal of Law and Economics*, **22**, 191–208.
Scherer, F. M. (1979b) 'The welfare economics of product variety: an application to the ready-to-eat cereals industry', *Journal of Industrial Economics*, **28**, 113–34.
Scherer, F. M. (1980) *Industrial Market Structure and Economic Performance* (2nd edn). Chicago: Rand McNally.
Schmalensee, R. (1972) *The Economics of Advertising*. Amsterdam: North Holland.
Schmalensee, R. (1973) 'A note on the theory of vertical integration', *Journal of Political Economy*, **81**, 442–9.
Schmalensee, R. (1978) 'Entry deterrence in the ready-to-eat breakfast cereal industry', *Bell Journal of Economics*, **9**, 305–27.
Schmalensee, R. (1981) 'Economies of scale and barriers to entry', *Journal of Political Economy*, **89**, 1228–38.
Schumpeter, J. A. (1965) *Capitalism, Socialism and Democracy*. London: George Allen and Unwin.
Schwartzman, D. (1960) 'The burden of monopoly', *Journal of Political Economy*, **68**, 627–30.
Seade, J. (1980) 'On the effects of entry', *Econometrica*, **48**, 479–89

Shapiro, C. (1980) 'Advertising and welfare: comment', *Bell Journal of Economics*, **11**, 749–54 (including reply by Dixit and Norman).

Shepherd, W. G. (1972) 'Structure and behaviour in British industries, with US comparisons', *Journal of Industrial Economics*, **20**, 35–54.

Sherman, R. (1972) 'How tax policy induces conglomerate mergers', *National Tax Journal*, **25**, 521–9.

Shrieves, R. E. (1978) 'Market structure and innovation: a new perspective'. *Journal of Industrial Economics*, **26**, 329–47.

Shubik, M. (1980) *Market Structure and Behaviour*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Silberston, A. (1972) 'Economies of scale in theory and practice', *Economic Journal*, supplement, **82**, 369–91.

Simon, H. A. and Bonini, C. P. (1958) 'The size distribution of business firms', *American Economic Review*, **48**, 607–17.

Simon, J. L. (1969) 'A further test of the kinky oligopoly demand curve', *American Economic Review*, **59**, 971–5.

Simon, J. L. (1980) 'On firm size and advertising efficiency: a comment'. *Journal of Economic Literature*, **18**, 1066–75.

Singer, E. M. (1968) *Antitrust Economics*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Singh, A. (1971) *Takeovers*. Cambridge: Cambridge University Press.

Smith, A. (1970) *The Wealth of Nations* (1776). Harmondsworth: Penguin.

Spence, A. M. (1977) 'Entry, capacity, investment and oligopolistic pricing', *Bell Journal of Economics*, **8**, 534–44.

Spence, A. M. (1983) 'Contestable markets and the theory of industry structure: a review article', *Journal of Economic Literature*, **21**, 981–90.

Spulber, D. (1981) 'Capacity, output and sequential entry', *American Economic Review*, **71**, 503–14.

Stackelberg, H. von (1952) *The Theory of the Market Economy* (1934), trans. A. T. Peacock. London: William Hodge.

Steiner, P. O. (1966) 'Comment', *American Economic Review*, Papers and Proceedings, **56**, 472–5.

Steiner, R. L. (1973) 'Does advertising lower consumer prices?', *Journal of Marketing*, **37**, 19–26.

Stevens, R. B. and Yamey, B. S. (1965) *The Restrictive Practices Court: A Study of the Judicial Process and Economic Policy*. London: Weidenfeld and Nicolson.

Stigler, G. J. (1947) 'The kinky oligopoly demand curve and rigid prices', *Journal of Political Economy*, **55**, 432–49; reprinted in Stigler and Boulding (1960).

Stigler, G. J. (1951) 'The division of labour is limited by the extent of the market', *Journal of Political Economy*, **59**, 185–93; reprinted in Stigler (1968).

Stigler, G. J. (1956) 'The statistics of monopoly and merger', *Journal of Political Economy*, **64**, 33–40.

Stigler, G. J. (1961) 'The economics of information', *Journal of Political Economy*, **69**, 213–25.

Stigler, G. J. (1963) *Capital and Rates of Return in Manufacturing Industries*. Princeton: Princeton University Press.

Stigler, G. J. (1964) 'A theory of oligopoly', *Journal of Political Economy*, **72**, 44–61; reprinted in Stigler (1968).

Stigler, G. J. (1968) *The Organisation of Industry*. Homewood, Illinois: Irwin.

Stigler, G. J. (1978) 'The literature of economics: the case of the kinky oligopoly demand curve', *Economic Inquiry*, **16**, 185–204.

Stigler, G. J. and Boulding, K. E. (eds) (1960) *Readings in Price Theory*. London: George Allen and Unwin.

Strickland, A. D. and Weiss, L. W. (1976) 'Advertising, concentration and price–cost margins', *Journal of Political Economy*, 84, 1109–21.

Sutherland, A. (1970) *The Monopolies Commission in Action*. Cambridge: Cambridge University Press.

Sutton, C. J. (1974) 'Advertising, concentration and competition', *Economic Journal*, 84, 56–69.

Swann, D. (1979) *Competition and Consumer Protection*. Harmondsworth: Penguin.

Swann, D. (1983) *Competition and Industrial Policy in the European Community*. London: Methuen.

Swann, D., O'Brien, D. P., Maunder, W. P. and Howe, W. S. (1974) *Competition in British Industry*. London: George Allen and Unwin.

Sweezy, P. M. (1939) 'Demand under conditions of oligopoly', *Journal of Political Economy*, 47, 568–73; reprinted in Stigler and Boulding (1960).

Sylos-Labini, P. (1962) *Oligopoly and Technical Progress*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.

Taylor, C. T. and Silberston, Z. A. (1973) *The Economic Impact of the Patent System: a Study of the British Experience*. Cambridge: Cambridge University Press.

Telser, L. G. (1966) 'Supply and demand for advertising messages', *American Economic Review*, Papers and Proceedings, 56, 457–66.

Tollison, R. D. (1983) 'Antitrust in the Reagan administration: a report from the belly of the beast', *International Journal of Industrial Organisation*, 1, 211–21.

Tullock, G. (1967) 'The welfare costs of tariffs, monopolies and theft', *Western Economic Journal*, 5, 224–32.

Ulph, D. (1983) 'Rational conjectures in oligopoly theory', *International Journal of Industrial Organisation*, 1, 131–54.

Utton, M. A. (1975) 'British merger policy', in George and Joll (1975).

Utton, M. A. (1979) *Diversification and Competition*. Cambridge: Cambridge University Press.

Utton, M. A. (1982) 'Domestic concentration and international trade', *Oxford Economic Papers*, 34, 479–97.

Vernon, J. M. and Graham, D. A. (1971) 'Profitability of monopolisation by vertical integration', *Journal of Political Economy*, 79, 924–5; reprinted in Yamey (1973).

von Neumann, J. and Morgenstern, O. (1944) *The Theory of Games and Economic Behaviour*. Princeton: Princeton University Press.

Warren-Boulton, F. R. (1974) 'Vertical control with variable proportions', *Journal of Political Economy*, 82, 783–802.

Waterson, M. (1981) 'On the definition and meaning of barriers to entry', *Antitrust Bulletin*, 26, 521–39.

Waterson, M. (1982a) 'The incentive to invent when a new input is involved', *Economica*, n.s., 49, 435–45.

Waterson, M. (1982b) 'Vertical integration, variable proportions and oligopoly', *Economic Journal*, 92, 129–44.

Waterson, M. J. (1982) 'Advertising expenditure in the UK: 1981 survey', *Journal of Advertising*, 1, 261–72.

Weiss, L. W. (1963) 'Factors in changing concentration', *Review of Economics and Statistics*, 45, 70–7; reprinted in Yamey (1973).

Weiss, L. W. (1969) 'Advertising, profits and corporate taxes', *Review of Economics and Statistics*, 51, 421–30.

Weiss, L. W. (1971) 'Quantitative studies of industrial organisation', in M. D. Intriligator (ed.), *Frontiers of Quantitative Economics*. Amsterdam: North Holland.
Weiss, L. W. (1974) 'The concentration–profits relationship and antitrust' in Goldschmid *et al.* (1974).
Weiss, L. W. (1979) 'The structure–conduct–performance paradigm and antitrust', *University of Pennsylvania Law Review*, 127, 1104–40.
Weston, J. F. (1970) 'The nature and significance of conglomerate firms', *St John's Law Review*, 44, 66–80; reprinted in Yamey (1973).
Williamson, O. E. (1968a) 'Economies as an antitrust defense: the welfare trade-offs', *American Economic Review*, 58, 18–31.
Williamson, O. E. (1968b) 'Economies as an antitrust defense: correction and reply', *American Economic Review*, 58, 1372–6.
Williamson, O. E. (1971) 'The vertical integration of production: market failure considerations', *American Economic Review*, Papers and Proceedings, 61, 112–23.
Williamson, O. E. (1973) 'Markets and hierarchies: some elementary considerations', *American Economic Review*, Papers and Proceedings, 63, 316–25.
Williamson, O. E. (1975) *Markets and Hierarchies*. New York: Free Press.
Williamson, O. E. (1977) 'Economies as an antitrust defense revisited', in Jacquemin and de Jong (1977b).
Williamson, O. E. (1977/8) 'Predatory pricing: a strategic and welfare analysis', *Yale Law Journal*, 87, 284–340.
Wilson, T. and Andrews, P. W. S. (eds) (1951) *Oxford Studies in the Price Mechanism*. Oxford: Clarendon Press.
Wolf, B. M. (1977) 'Industrial diversification and internationalisation: some empirical evidence', *Journal of Industrial Economics*, 26, 177–91.
Wonnacott, T. H. and Wonnacott, R. J. (1972) *Introductory Statistics* (2nd edn). New York: John Wiley.
Worcester, D. A. Jr (1973) 'New estimates of the welfare loss to monopoly, United States: 1956–69', *Southern Economic Journal*, 40, 234–45.
Yamey, B. S. (ed.) (1973) *Economics of Industrial Structure*. Harmondsworth: Penguin.

رقم الإيداع
٩٣/٧٥٠٥

مطابع المكتب المصري الحديث
MODERN EGYPTIAN PRESS
ت : ٢٢١١٠٧١ - ٢٢١١٠٧٢ - فاكس ٢٢١١٠٧٣

هذا الكتاب

يهتم هذا الكتـاب بتحليل الصناعات والأسواق، كما يهتم بسلوك المنشآت العاملة في تلك الأسواق، ومما يتميز به هذا الكتاب الجمع الرائع بين التطورات النظرية والتجريبية الحديثة ومن عرض غير مسبق لأدوات التحليل الاقتصادي (الرياضية منها والبيانية).

والكتـاب يتكون من إثنى عشر فصلاً، جمعت القضايا الأساسية التي لابد منهـا لدارسي «إقتصـاديـات الصنـاعـة»، خاصة قضايا تركيز السوق ونظرية احتكار القلة والتقدم التقني والإعلان والتكامل الرأسي والتنويع المتجمع، وهي موضـوعـات عالجتها الفصول الأولى في هذا الكتاب على المستويين النظري، والتجريبي. ثم يتسع النقاش في الفصول التالية لقضايا أخرى أكثر أهمية عن التكاليف الاجتماعية، وتصميم السياسة العامة في اقتصاديات الصناعة.

